



PRESERVAÇÃO MÚTUA:
o ecossistema oferece a
matéria-prima e o ambiente
necessários para as
comunidades

VANESSA DE OLIVEIRA

Central do Cerrado

Conheça o grupo formado por 30 organizações comunitárias que desenvolvem atividades produtivas a partir do uso sustentável da biodiversidade do bioma

VINÍCIUS CARVALHO

redacao@jbecologico.com.br

Pelas mãos de um grupo de cinco mulheres surgiu, na cidade de Pirenópolis (GO), o resgate de variedades tradicionais de arroz, fava, milho, feijão e outras plantas nativas. As amigas passaram a dedicar-se também à coleta de bani, caju e cagaita, produzindo doces, geleias e castanhas torradas. Nada disso era para vender. É que comercializar produtos a partir do uso comunitário e sustentável do Cerrado sempre foi muito complicado, lembra a doceira Eriça Mesquita. "Tínhamos dificuldades sempre, desde o controle do estoque até a fixação dos preços", conta.

Foi então que elas foram procuradas, em 2005, pelo grupo que viria a compor a Central do Cerrado. Formada pela associação de 30 organizações comunitárias que

desenvolviam atividades produtivas a partir do uso sustentável da biodiversidade do bioma, a Central iria funcionar como uma ponte entre produtores comunitários e consumidores, oferecendo produtos típicos, como pequi, bani, farinha de jatobá, farinha de babaçu, buriti, mel, polpas de frutas, artesanatos, entre outros itens coletados e processados por agricultores familiares e comunidades tradicionais de todo o Cerrado.

Além de promover a divulgação e inserção dos produtos comunitários de uso sustentável do bioma nos mercados locais, regionais e internacionais, a Central prometia também funcionar como um centro de disseminação de informações, intercâmbio e apoio técnico para as comunidades na melhoria dos seus proces-

sos produtivos. "E deu muito certo. Hoje, mandamos produtos todo mês para Brasília e tem pedidos que a gente nem consegue atender. Se não fosse isso, estávamos na mesma até hoje", diz Erica. Com a marca Promessa de Futuro, a associação produz e comercializa conservas, doces, picles, *chutney*, diversos tipos de chás e vários outros produtos agrícolas, como feijão azuki e gergelim.

"A ideia é mesmo juntar esforços, até porque vimos que os custos para o financiamento de uma estrutura comercial para cada uma dessas organizações era inviável. Por isso, decidimos fazer a comercialização conjunta", lembra o coordenador da Central do Cerrado, Luis Carrazza. Todas as 30 associações, cooperativas e grupos informais que compõem o grupo

foram beneficiados pelo Programa de Pequenos Projetos Ecológicos (PPP-Ecos), criado para apoiar projetos de organizações não-governamentais e de base comunitária. Coordenado pelo Instituto Sociedade, População e Natureza (ISPAN), o PPP-Ecos já apoiou, com cerca de US\$ 6 milhões, quase 300 projetos em 12 estados e no Distrito Federal.

Prática - O que está em jogo com a Central do Cerrado, explica Carrazza, é um processo de aprendizado que remonta à trajetória de quase todos os empreendimentos comunitários no bioma, como é o caso da própria Promessa de Futuro. Primeiro, explica, as comunidades agroextrativistas garantem o abastecimento para uso familiar. Tendo um excedente maior é que elas começam a trocar com os vizinhos.

Se a empreitada dá certo, passam a abastecer os mercados locais e regionais e, a partir daí, começam a galgar novos mercados. Nesse ponto é que surge o muro: quando se entra na seara do processamento e da comercialização, é preciso adquirir novos equipamentos, garantir a regularidade na entrega e vencer toda uma burocracia de natureza jurídica para formalizar cooperativas e associações. Isso sem falar nas questões sanitárias, no escoamento da produção e na necessidade de rotular os produtos com informações nutricionais que os extrativistas sequer sabem onde encontrar.

Outra dificuldade, explica Carrazza, está no modelo de produção. A grande diferença das empresas convencionais para os empreendimentos comunitários, argumenta, é que a empresa convencional geralmente produz o que o mercado quer: ela sabe quem compra, que quantidade ele quer e que preço ele está disposto a pagar por isso. O empreendimento comunitário, por sua vez, costuma surgir dos excedentes do que ele já produz. "Se determinada comunidade geralmente produz muito pequi, por exemplo, ela faz então geleia de pequi. Depois de produzir é que ela se pergunta: e agora, como eu vendo?"

A aposta do grupo está hoje na expansão do comércio justo. Além da internet, a Central escolheu Brasília para realizar



EXEMPLO NA FEIRA: Luis Carrazza, ao centro, aponta o papel da articulação comunitária para vencer os atravessadores

contatos diretos com empórios, lojas, shoppings e mercearias. O desafio acordado foi o de comercializar os produtos tal qual estavam na época para poder dar informações às cooperativas sobre qual havia sido o retomo do mercado, acertando preços no atacado e no varejo. A dificuldade foi constatada quando a lista de quase 100 produtos ficou pronta e as primeiras tentativas de comercialização começaram. "Nos primeiros seis meses não vendemos praticamente nada. Ora os preços eram considerados altos, ora faltavam registros, ora as embalagens não agradavam", lembra Carrazza. A conclusão? A Central passou a ser não só um espaço comercial para as cooperativas, mas também um ponto de estudo do próprio mercado quanto à viabilidade dos produtos e os eventuais ajustes a serem realizados.

As dificuldades, avisa, não poupam nem as experiências mais estruturadas. A Cooperativa dos Agricultores familiares e Agroextrativistas Grande Sertão surgiu, em 1995, a partir do trabalho do Centro de Agricultura Alternativa do Norte de Minas (CAA-NM). De lá pra cá, mais de duas

mil famílias espalhadas por 350 comunidades rurais já se beneficiaram diretamente com a comercialização de polpas de frutas, mel, derivados da cana e outros produtos da agricultura sertaneja Segundo estimativas da cooperativa, a entrega de 1,1 mil toneladas de frutas para a Grande Sertão gerou, entre 1998 e 2008, R\$ 415 mil. "Hoje vendemos boa parte da produção para o mercado institucional, mas ainda encontramos dificuldades para acessar novos nichos de mercado", diz o assessor da cooperativa, Breno dos Santos.

Diversificação - De olho na diversificação, a Central do Cerrado passou a fornecer produtos para chefs de cozinha, restaurantes, empórios e pequenos mercados, além de oferecer coquetéis e lanches para eventos e atender encomendas individuais, cestas personalizadas e grupos organizados de consumo. Este ano, o grupo pretende abrir sua primeira loja na capital federal. Para sustentar a organização, a ideia é que de 10% a 15% do valor pago pelos produtos seja revertido para a própria Central. •