

Necessidade de uma Estratégia de Marketing para Produtos Originados em Projetos de Assentamentos no Sudeste Paraense¹

Luiz Guilherme Teixeira Silva² e Célio Armando Palheta Ferreira³

O interesse internacional por produtos certificados e orgânicos pode se constituir numa oportunidade para a agregação de valores de algumas cadeias produtivas, antes sem competitividade no mercado. Na Amazônia Oriental, mais precisamente, no sudeste paraense a existência de alguns produtos de pauta de exportação como castanha-do-brasil, cupuaçu e açaí para diferentes mercados consumidores, se adequadamente trabalhados, quanto aos padrões e exigências de mercado podem contribuir para o aumento da renda e da qualidade de vida dos agricultores familiares situados em Projetos de Assentamento (PAs) dessa região, em face da crescente demanda por estes produtos.

Paralelamente a implantação de inúmeros megaprojetos minero-metalúrgicos nacionais ou nacionalizados, incluídos no Programa Grande Carajás e no Avança Brasil, notabilizados pela criação de infra-estrutura em rodovia, ferrovia e hidrovias entre outras, a mesorregião do sudeste paraense convive também com a implantação de 292 projetos de assentamentos do Incra e um contingente de 45 mil famílias (março de 2001) em uma área de 3,5 milhões de hectares. Essa região, do ponto de vista da organização do espaço e da demografia, constitui-se no destino de migrantes, de outras regiões do País, na busca de demanda por bens sociais.

Em recente depoimento, o Prêmio Nobel de Economia 2001, Joseph Stiglitz, sustenta que, teoricamente, não é admissível sustentar taxas elevadas de crescimento econômico sem, ao mesmo tempo, promover processos de redistribuição de ativos, destacando a terra como um dos principais ativos nos casos de economias em desenvolvimento. Embora Stiglitz sustente que, do ponto de vista teórico, formas de uso temporário da terra, como parceria e arrendamento não são superiores às aquelas onde os que as exploram são seus proprietários, são fortes os argumentos encontrados no mundo capitalista que fundamentam o desenvolvimento rural a uma agricultura de base familiar⁴.

¹ Pesquisa financiada pelo Projeto de Apoio ao Desenvolvimento de Tecnologia Agropecuária para o Brasil (PRODETAB)

² **Trabalho a ser submetido ao V IESA/SBSP, na sessão 3.**

³ Eng. Agrônomo, Pesquisador da Embrapa Amazônia Oriental, Caixa Postal, 48, CEP 66095-100 Belém, Pará e-mail: lugui@cpatu.embrapa.br

⁴ Economista, Embrapa Amazônia Oriental, Caixa Postal, 48, CEP 66095-100 Belém, Pará e-mail: celio@cpatu.embrapa.br.

⁵ Stiglitz, Joseph, Distribution, Efficiency and Voice: Designing the Second Generation of Reforms, Seminário sobre Distribuição da Riqueza, Pobreza e Crescimento Econômico, Brasília, Julho de 1998.

O projeto de pesquisa "Alternativas Tecnológicas Sustentáveis para Assentamentos Rurais no Sudeste Paraense", financiado pelo Projeto de Apoio ao Desenvolvimento de Tecnologia Agropecuária para o Brasil (Prodetab), com recursos provenientes do Banco Mundial, vem sendo executado desde 1999 e tem como um dos objetivos identificar demandas tecnológicas em áreas de PAs no sudeste paraense com vistas a encontrar alternativas econômicas e subsídios a políticas públicas no sentido de reduzir o rodízio nos lotes, garantindo a fixação dos colonos por maior tempo, evitando, com isso, a contínua incorporação de novas áreas e a mudança para novas ocupações, as custas de novas frentes de desmatamentos e da perda de recursos genéticos e da biodiversidade.

Dentre outros problemas identificados, a falta de uma visão empresarial por parte de algumas lideranças de organizações sociais, principais responsáveis pelos avanços até aqui obtidos nessa região, tem entretanto dificultado o encaminhamento de alguns dos problemas presentes, a falta de mercado e a dificuldade de comercialização dos produtos agrícolas nos PAs.

No PA Agroextrativista Praialta e Piranheira, localizado no Município de Nova Ipixuna, se superados os problemas administrativos e de organização detectados, há possibilidade de reverter essa situação com os recursos disponíveis. A existência de uma unidade de agroindústria com razoável capacidade instalada e a possibilidade de comunicação via Internet, podem ser melhor utilizadas em prol da conquista de novos mercados e de futuros negócios.

Embora se tenha conhecimento de fracassos em tentativas de reunir a produção de vários PAs no sentido de garantir produções em escala de exportação, via de regra comuns em mercados globalizados, há que se buscar os mecanismos de negociação entre associações, cooperativas e outras organizações, para, em bases profissionais, superar os gargalos existentes na comercialização desses produtos.

A certificação de produtos, o acesso a mercados de commodities ambientais centrado na matriz da biodiversidade e a criação de novas padronizações para os produtos atualmente processados ou ainda produtos da floresta como: óleos resinas, cipós e tantos outros, podem representar algumas das alternativas a serem implementadas. A redução do desmatamento, via aproveitamento de áreas alteradas (capoeira), associadas ao uso de tecnologias apropriadas e de reduzida dependência a insumos pode facilitar e valorizar os produtos da agricultura familiar.
