



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



Olhar sobre as alternativas de comercialização no assentamento São José da Boa Morte (Cachoeiras de Macacu-RJ)

*Alternative views of commercialization in Sao Jose da Boa
Morte settlement (Cachoeiras de Macacu-RJ)*

COSTA, Guilherme Carvalho^{1,2}; SILVA, Dione Galvão
da^{3,4}; UZÊDA, Mariella Carmadelli^{3,5}

¹Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro; ²gcarvalho_10@hotmail.com;

³Embrapa Agrobiologia; ⁴dione.galvao@embrapa.br; ⁵mariella.uzeda@embrapa.br

Tema Gerador: Estratégias Econômicas em Diálogo com a Agroecologia

Resumo

O presente trabalho apresenta um novo olhar sobre alternativas de comercialização de agricultores familiares no assentamento São José da Boa Morte em Cachoeiras de Macacu (RJ). Trata-se de uma reflexão sobre as oportunidades e dificuldades da construção de um canal de comercialização, cujas premissas são o incentivo ao processo de transição agroecológica e à economia solidária, amparada em circuitos curtos de comercialização. Os Resultados mostram que a transição agroecológica pode ser estimulada quando o escoamento da produção é realizado por meio de uma relação mais próxima com o consumidor, como exemplo, através das redes de economia solidária, ao invés dos contratos informais com atravessadores. Esse trabalho mostra a importância da integração das várias escalas da produção agroecológica, sendo importante destacar a necessidade de capacitações, principalmente àquelas que se destinam à organização individual e coletiva desses agricultores, para atender as demandas do mercado.

Palavras-chave: transição agroecológica; consumo consciente; mercados regionais.

Abstract

The present work shows a new look about alternatives of family farmers commercialization in Sao Jose da Boa Morte settlement in Cachoeiras de Macacu (RJ). It's a reflexion of opportunities and difficulties in the construction of a commercialization channel, where the principal premises are the incentive to the agroecology transition process and to the solidary economy, supported in short circuits of commercialization. The main results shows that the agroecology transition can be stimulated when the production flow is accomplished by means of a closer relation with the consumer, for example, through solidary economy networks instead of informal contracts with local middlemans. This work shows the integration importance of many agroecologic production scales, being important to highlight the necessity of training programs, mainly those aimed at the individual and collective organization of farmers, to fill the market demands.

Keywords: agroecology transition; conscious consumption; regional markets.

Contexto

A experiência apresentada, vem sendo realizada no assentamento São José da Boa Morte, no município de Cachoeiras de Macacu (região das Baixadas Litorâneas/RJ), dentro da bacia Guapi Macacu. A região possui uma grande importância socioam-



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



biental, por conta da bacia ser a principal Fonte de abastecimento de água, suprimindo a demanda de grande parte da porção leste da Bacia da Baía da Guanabara. Essa região abrange um contingente populacional de aproximadamente 3 milhões de pessoas, e concentra vários assentamentos agrícolas que se estabeleceram na região nas décadas de 1970 e 1980, abrigando atualmente cerca de 500 famílias que praticam a agricultura como sua principal Fonte de renda.

Conforme Machado (2013), as principais culturas temporárias do município, pelos registros dos Censos Agropecuários para o período de 1996 a 2006, são a mandioca, o inhame e o milho. Na horticultura, destacam-se os cultivos de chuchu, jiló e quiabo. Para as lavouras permanentes, observa-se junto a produtores rurais que a goiaba e a banana são as principais culturas.

No atual quadro de comercialização e logística de distribuição adotada pelos produtores, observa-se que nos últimos anos houve a diminuição de intermediações e até a formação de novos canais de comercialização direta (MACHADO, 2013). Contudo, o que prevalece é a distribuição da produção local através do transporte direto e venda na Central de Abastecimento do Rio de Janeiro (Ceasa-Rio).

Em outro Contexto, alguns consumidores procuram disseminar o conceito e a prática do consumo consciente, fazendo com que pequenos gestos realizados por um número grande de pessoas promovam grandes transformações (MMA, 2017). Nesse sentido, surgem as redes alimentares alternativas, que são muito diversas e privilegiam os circuitos curtos (CC) de comercialização (feiras, entrega de cestas, pequenas lojas de produtores, venda na propriedade ligada ao agroturismo, venda institucional para alimentação escolar, entre outras formas de venda direta) (DAROLT et al., 2016). Isso significa que o produto chega nas mãos do consumidor com informações que lhe permitam saber onde o produto foi produzido, por quem e de que forma foi produzido, em detrimento à alimentação padronizada da agricultura industrial caracterizada por Ploeg (2008) como “impérios alimentares” (DAROLT et al., 2016).

A Rede Ecológica entra nesse cenário como “um movimento social que visa a fomentar o consumo ético, solidário e ecológico” (REDE ECOLÓGICA, 2017). É constituída de grupos de consumidores que realizam compras coletivas diretamente de pequenos produtores agroecológicos / orgânicos, com uma proposta de viabilizar a compra desses produtos a preços acessíveis e, ao mesmo tempo, apoiar iniciativas desses produtores.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



Desde 2001, ano em que foi criada a Rede Ecológica, estabeleceu-se uma estrutura baseada em relações informais e solidárias, evitando custos fixos permanentes e se organizando por meio de trabalhos voluntários. Assim, contribui para baixar o custo dos produtos aos consumidores, ao mesmo tempo que estreita laços entre os participantes e promove uma socialização dos conhecimentos e aprendizados. Os critérios estabelecidos para a inclusão de produtos e produtores incluem a exigência de serem orgânicos, que estejam mais próximos aos consumidores, e que sejam de assentamentos de reforma agrária. Embora a certificação de orgânicos seja considerada importantíssima, estabeleceram-se critérios próprios que priorizam laços de confiança e solidariedade entre produtores e consumidores (CINTRÃO et al., 2015).

Conforme informações da Rede Ecológica, há 270 cestantes inscritos, os quais apresentam alta demanda de feijão. Em novembro e dezembro de 2016, o feijão azuki (*Vigna angularis*), por exemplo, teve uma demanda de 56kg e 96kg, enquanto o guandu seco (*Cajanus cajan*), de 30 e 31kg, respectivamente. O feijão preto (*Phaseolus vulgaris*), já possui uma estimativa de consumo de 80kg mensais. Essa demanda, fomentou a proposta de começar um projeto em parceria com a Rede Ecológica no assentamento, pela percepção da realidade de um agricultor que além de possuir o interesse em ser agroecológico, concomitantemente, produz feijão em quantidade abundante. Como exemplo, segundo informações do agricultor, o feijão-de-corda (*Vigna unguiculata*) é capaz de produzir cerca de 200 caixas de 10kg em sua propriedade. Essa quantidade geralmente é comercializada por R\$0,30 a R\$0,70/kg com os atravessadores locais.

Descrição da experiência

Nesse estudo, foram selecionados três agricultores parceiros em projetos desenvolvidos pela Embrapa desde 2013 e que ao longo desse período demonstraram interesse em mudar o manejo convencionalmente adotado, aceitando transformar 0,5 hectares em uma área produtiva sob certificação orgânica. Foram realizadas entrevistas orais, a partir de uma série de perguntas pré-estabelecidas, onde se buscou caracterizar o perfil socioeconômico dos agricultores e da unidade agrícola. O trabalho de campo foi realizado entre fevereiro e abril de 2017. Cada entrevista durou em média 2 horas, com os agricultores separados em suas propriedades, e outra em grupo, para a apresentação da proposta da Rede Ecológica.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



Durante a apresentação da Rede foram destacadas a história do surgimento da organização, os objetivos, a estrutura de logística, a organização das comissões, o sistema de pedido, os termos de compromisso, as campanhas e as principais ações socio-educativas que a organização desenvolve. Destacando-se principalmente como são realizados os pedidos, as encomendas e as entregas dos produtos.

A partir das informações obtidas junto aos agricultores rurais, tornou-se possível evidenciar os seguintes produtos a serem oferecidos para comercialização à rede: batata-doce, quiabo, aipim, feijão, milho, abóbora, abobrinha, abiu, cajá, goiaba. Todos são produzidos em áreas que foram preestabelecidas com os agricultores para não utilizarem agrotóxicos. Paralelamente, nessas áreas está sendo realizado um estudo para promover os sistemas agrofloretais, como alternativa de renda e sustentabilidade ambiental, onde são cultivadas espécies frutíferas localmente encontradas na região, tais como: abiu (*Pouteria caimito*), pitanga (*Eugenia uniflora*), pupunha (*Bactris gasipaes*), araticum (*Annona coriaceae*), cabeludinha (*Myrciaria glazioviana*) e cajá (*Spondias mombin*), em consórcio com as espécies tradicionalmente cultivadas por esses agricultores.

Em outro momento, foi realizada uma entrevista, com objetivo de compreender o que os agricultores consideram como oportunidades e dificuldades para a comercialização à Rede Ecológica. Essa entrevista foi realizada com os agricultores separadamente, gravadas e transcritas para posterior análise, para também auxiliá-los a otimizar a logística de comercialização.

Resultados

De acordo com as entrevistas realizadas com os agricultores foram identificadas diversas oportunidades, tais como: preço justo; fidelização dos consumidores; redução do uso de embalagens; ausência de frete e comissão; menor dispêndio de mão de obra para embalagem dos produtos; menor risco de perdas; definição de alternativas de escoamento; apoio à diversificação; valorização das espécies locais e apoio aos costumes e tradições. Quanto às dificuldades foram apontadas: falta de planejamento da produção; investimento à informatização e custo do transporte até o ponto de entrega. Sendo o transporte sempre identificado como a maior dificuldade.

Além disso, devido ao número de consumidores da Rede, não é factível que a rede consiga absorver toda a produção desses agricultores, cujas áreas agricultáveis variam de 1 até 4 hectares, podendo um desses agricultores produzir até 2000kg de feijão, por exemplo. Desse modo, uma alternativa seria ofertar atividades de capacitação para os agricultores visando inseri-los em políticas de apoio à agricultura familiar, como o PAA e PNAE, além de se organizarem para o atendimento direto a outros mercados.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



Na Rede Ecológica, os consumidores arcam com a despesa do frete e prezam por valores socioecológicos, evitando o uso excessivo de embalagens, valorizando o produto e fortalecendo uma fidelização com o produtor, além de buscarem compreender as dificuldades enfrentadas na plantação, que poderiam interferir na disponibilidade do produto. Esses ideais levam a uma grande economia do agricultor com o custo do frete, comissão e embalagem.

Para solucionar a dificuldade com o transporte, disponibilizou-se um colaborador da Rede Ecológica, saindo de Niterói, a 86 km de distância. A limitação dessa possibilidade seria apenas a quantidade de produtos a ser transportada, que não poderia ser muito inferior a capacidade de carga do transporte particular, por aumentar muito o preço final da mercadoria. O custo do frete, estimado em R\$62,00 (considerando eficiência de um automóvel em 10 km/litro e preço da gasolina a R\$3,60), seria diluído no valor final do produto, sendo pago pelos consumidores.

O apoio que a Rede Ecológica oferece é uma possibilidade do agricultor se organizar e utilizar práticas sustentáveis de produção. Assim, a transição agroecológica é apoiada e o trabalho do agricultor é valorizado. Os consumidores, por sua vez, participando desses grupos de comercialização se envolvem com valores sociais, econômicos, ambientais e políticos que contribuem para o consumo consciente e para a emergência de uma democracia alimentar fundada sobre a racionalidade socioambiental (DAROLT et al., 2016).

Dentro de uma perspectiva agroecológica, esse relato mostra as vantagens e dificuldades vistas pelo agricultor para uma comercialização alternativa, destacando-se a preocupação com uma logística de transporte que não inviabilize a comercialização, em virtude do alto custo. Em adicional, é importante destacar a necessidade de programas de capacitação, principalmente àqueles que se destinam tanto à organização individual e coletiva desses agricultores, para atendimento às demandas do mercado.

Além da perspectiva do agricultor, esse trabalho indica a importância da atuação de consumidores conscientes e organizados, que buscam ser proativos na mudança socioambiental. A aproximação desse perfil de consumidor dos agricultores do assentamento São José da Boa Morte ganha valor no sentido de estimular mudanças nas formas de produção agrícola, sob viés agroecológico e econômico. Destaca-se a grande necessidade do resgate do protagonismo do agricultor nas decisões determinantes na gestão do território, através do fortalecimento de ações integradas, como ferramenta para a conservação dos recursos naturais, como a água, o solo e a agrobiodiversidade, importantes ativos desse assentamento.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em
Diálogo com a Agroecologia



Agradecimentos

À Rede Ecológica, através de Miriam Langenbach, Julie Terzian, Elizabete Cristina Ribeiro Silva Jardim e aos agricultores envolvidos.

Referências Bibliográficas

CINTRÃO, BIBI; GONÇALVES, DENISE, LANGENBACH, MIRIAM; CHIFFOLEAU, MÔNICA. Compras coletivas e a formação de consumidores cidadãos: a experiência da Rede Ecológica do Rio de Janeiro. **Agriculturas**, v. 12, n. 2, junho. 2015.

MACHADO, FELIPE DA SILVA. **A reestruturação espacial na interface rural-urbana: O exemplo do município de Cachoeiras de Macacu (RJ)**. 2013. 210 f. Tese (Mestrando em geografia). Instituto de Geociências, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro 2013. Disponível em <<http://objdig.ufrj.br/16/teses/795988.pdf>>. Acesso em: 9 abr. 2017.

DAROLT, MOACIR ROBERTO. et al. **Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil**. Ambiente & Sociedade, São Paulo, v. XIX, n. 2, abr/jun. 2016. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/asoc/v19n2/pt_1809-4422-asoc-19-02-00001.pdf>. Acesso em: 09 abr. 2017.

MMA. Ministério Meio Ambiente. **Quem é o consumidor consciente**. Disponível em <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/consumo-consciente-de-embalagem/quem-e-o-consumidor-consciente>>. Acesso em: 09 abr. 2017.

PLOEG, J.D. van der. **Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização**. Porto Alegre (RS): Editora da UFRGS, 2008.

REDE ECOLÓGICA (2017). Disponível em <<http://redeecologicario.org/produtores/>>. Acesso em: 09 abr. 2017.