



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



Construção social de mercados para agricultura familiar.

Social construction of markets of family agriculture

BISCHOF, Mary Stela¹

¹ Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural do Paraná – EMATER,
marybischof@emater.pr.gov.br

Tema gerador: Estratégias Econômicas em Diálogo com a Agroecologia

Resumo

A construção social de mercados representa na atualidade um dos principais desafios enfrentados pela agricultura familiar. O estudo analisou um tipo de circuito curto de comercialização conhecido como Centro de Comercialização Permanente da Agricultura Familiar (Centros), utilizado por mais de 2.000 agricultores familiares em 26 municípios do estado do Paraná. Os Centros são pontos de venda coletivos no varejo de produtos da agricultura familiar, desde produtos in natura, como hortaliças e frutas, aos transformados artesanalmente, como pães, doces, queijos, entre outros. Foram analisadas as dinâmicas de funcionamento e formas de enraizamento do circuito sob a ótica da construção social dos mercados. Constatou-se que os Centros representam uma alternativa viável de mercado e contribuem para a valorização da agricultura familiar, para reprodução sócio econômica dos agricultores envolvidos e para sucessão familiar. Estes mercados estão enraizados e envoltos por relações sociais que vão além dos ganhos econômicos, onde a reciprocidade está presente. Os valores humanos de confiança, partilha, afetividade e ajuda mútua se expressam nas motivações e sensações de satisfação e bem-estar dos sujeitos envolvidos, resultando em um longo tempo de existência destes Centros, em média de 10,4 anos.

Palavras-Chave: circuito curto de comercialização, enraizamento, valorização do rural.

Abstract

The social construction of markets is currently one of the main challenges of family agriculture. The study to analyze a short sale circuit known as Permanent Market Center for Family Agriculture (CCPAF or Centers), used by more than 2.000 family farmers in 26 municipalities in the state of Paraná, Brazil. The CCPAFs are collective sale points for family farming products, from fresh, such as vegetables and fruits, to hand-made processed, such as breads, pastries, cheeses, and others. We analyzed the dynamics of operating and rooting ways from the point of view of the social construction of markets. It was found that the Centers represent a viable alternative of market and contribute to family agriculture valorization, for socioeconomic reproduction of involved farmers and for family succession. These markets are rooted and enveloped by social relations that go beyond economic gains, where reciprocity is present. The human values of trust, sharing, affectivity and mutual help are expressed in the motivations, satisfaction and well-being feelings in the individuals involved, resulting in a long time of existence of these Centers, in average of 10,4 years.

Keywords: short circuit of marketing, rooting, valorization of rural.



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



Introdução

Com a modernização da agricultura três caminhos foram e são percorridos pelos agricultores familiares. O caminho da adaptação aos sistemas produtivos dominantes, onde alguns se apropriam e se adaptam às tecnologias; um segundo caminho é o do abandono da atividade rural pelas exigências econômicas e de escala produtiva impostas, onde ocorre a migração para outras atividades e modos de vida e, um terceiro caminho, objeto deste estudo, que são as produções diversificadas e diferenciadas, que visam agregar valor as suas produções e ofertar alimentos de qualidade superior, frescos e livres de contaminantes. Este último tem sido trilhado por uma parcela cada vez mais significativa de famílias rurais e tem contribuído para promoção da reprodução sócio econômico e ambiental dos agricultores familiares. Estas produções requerem também a busca de estratégias de comercialização diferenciadas, pois os mercados agroalimentares tradicionais são excludentes e concentrados em grandes corporações.

Conforme destaca Wanderley (2004), entre os desafios ou bloqueios da agricultura familiar elencados o acesso aos mercados tem sido um dos mais importantes a serem vencidos, devido a tendência de exclusão, concentração de compradores da produção e da rede varejista, bem como pela necessidade de logística adequada para o escoamento das produções tanto in natura como processada, muitas vezes com alto grau de perecibilidade.

A organização de circuitos curtos de comercialização representa uma das melhores alternativas de acesso ao mercado para a produção em pequena escala dos agricultores familiares. Destacam-se as entregas a domicílio, feiras semanais, lojas especializadas, programas institucionais, espaços partilhados em restaurantes, vendas na propriedade, circuitos de turismo rural, mercados de cooperativas e associações, além de lojas virtuais pela internet. Estes circuitos vão ao encontro das tendências de consumo consciente, aos movimentos de valorização e reconexão do rural ao urbano e podem se transformar num contraponto à oferta universal e predominante de alimentos em mercados convencionais, e ainda contribuir para a reprodução socioeconômica dos agricultores familiares envolvidos (DAROLT, 2013; MALUF, 1995).

O objetivo deste estudo é analisar as dinâmicas de funcionamento encontradas nos Centros de Comercialização Permanente da Agricultura Familiar (CCPAFs ou Centros) existentes no estado do Paraná sob a ótica da construção social dos mercados. E como objetivos específicos: i) Mapear e caracterizar os CCPAFs existentes no estado do Paraná; ii) Identificar as estratégias utilizadas na formação e gestão dos Centros,



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



os limites e possibilidades para sua consolidação, para reprodução socioeconômica dos agricultores familiares envolvidos e sua influência na integração do rural e urbano; iii) Caracterizar o enraizamento social a partir das motivações presentes e futuras dos agricultores familiares associados e as relações de reciprocidade e sociais estabelecidas entre os participantes dos CCPAFs; e iv) Verificar nos agricultores familiares a tendência para ampliar a diversificação produtiva e iniciar transição agroecológica.

Metodologia

Este artigo decorre da dissertação de mestrado da autora no PPGMADE – UFPR em 2016. Foram coletados dados e informações a partir de relatos de agentes de assistência técnica de todas as regiões do estado. Identificou-se a existência de Centros em 26 municípios do estado do Paraná, conforme Figura 1. Realizaram-se visitas a oito Centros previamente selecionados, buscando uma amostragem representativa da realidade, em um dia normal de funcionamento. Neste dia foram aplicados questionários e realizadas entrevistas com agricultores familiares, consumidores, gestores e líderes das cooperativas e associações que organizam o processo, além de observações e gravação de imagens.

Resultados e Discussões

Identificou-se e descreveu-se os Centros existentes no estado do Paraná conforme Anexo 1. Verificou-se motivação dos consumidores pela comodidade de acesso ao ponto de venda em qualquer dia da semana pela oferta diversificada e ainda pela organização dos locais; a motivação do lado dos agricultores familiares associados para continuar no processo, vislumbrando planos futuros e perspectivas para sucessão familiar; a diversidade e qualidade dos itens ofertados nos Centros visitados, com destaque para os municípios onde ampliou-se o número de agroindústrias familiares e processamento artesanal; e, como um dos Resultados mais importantes do estudo foi a constatação de um movimento local baseado nos princípios da reciprocidade em prol da agricultura familiar.

Entre as reflexões importantes da estratégia de comercialização surge uma preocupação e ao mesmo tempo uma oportunidade referente ao desejo expresso pelos consumidores em relação à preferência por produtos orgânicos, ao mesmo tempo que demonstram confiança nos produtos e no processo de comercialização, principalmente em relação à origem dos produtos. Portanto, os participantes dos CCPAFs necessitarão planejar o atendimento dessa demanda em relação a produtos orgânicos em



médio prazo, destacando-se as ações de apoio à **agroecologia** já iniciadas em três municípios que possuem Centros. Ao final do estudo foi conceituado os Centros conforme Anexo 2.

Conclusões

Constatou-se que os CCPAFs representam uma alternativa viável de mercado e contribuem para a valorização da agricultura familiar, para reprodução sócio econômica dos agricultores envolvidos e para sucessão familiar. Como limitações desta estratégia, identificou-se a necessidade de manutenção dos princípios norteadores dos Centros, da união e da confiança entre as pessoas; a busca constante pela diversidade e qualidade dos produtos ofertados; a redução da dependência dos apoios públicos e o aprimoramento dos processos de gestão das organizações. Os Resultados apresentados neste estudo podem ser apropriados pelas diferentes políticas públicas para agricultura familiar, principalmente pelo movimento virtuoso formado em torno dos Centros que valorizam a produção da agricultura familiar local e possibilitam a aproximação do rural com urbano num local de convivência em torno de alimentos.

ANEXO 1

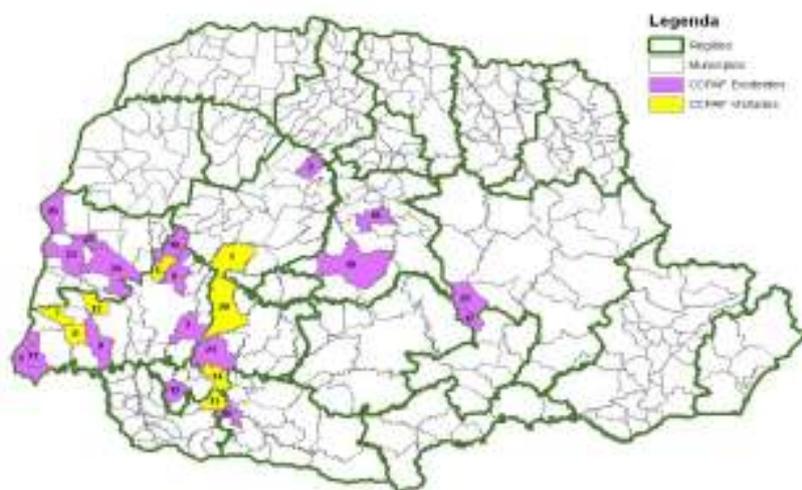


Figura 1: Localização dos CCPAFs nas regiões e municípios do Paraná

Fonte: autora



Figura 2: Aspectos das edificações de alguns Centros existentes no Paraná
Fonte: autora



Figura 3: Aspectos da logística e diversidade de produções ofertadas
Fonte: Autora

Anexo 2

Conceituação dos CENTROS DE COMERCIALIZAÇÃO PERMANENTES DA AGRICULTURA FAMILIAR: são considerados como um tipo de circuito curto de comercialização utilizado pela agricultura familiar, que se constitui num local que reúne produtos alimentícios *in natura* e processados, para comercializar de forma coletiva no varejo, cuja gestão é de uma associação ou cooperativa e possui caráter permanente. Funcionam todos os dias da semana, em horário comercial, com estrutura adequada para manter a qualidade dos produtos e permitir o acesso ao público em geral e a aproximação entre o rural e o urbano, facilitando assim a comercialização dos produtos da agricultura familiar local e aquisição de alimentos de qualidade pelos consumidores.



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



Referências Bibliográficas

BISCHOF, M. S. **A construção social de mercados nos centros de comercialização permanente da agricultura familiar do estado do Paraná.** Dissertação de Mestrado, UFPR, 2016.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A. **Alternativas de comercialização de produtos ecológicos no Brasil e na França.** Cadernos de Agroecologia. Porto Alegre. v. 8, n. 2, nov. 2013.

WANDERLEY, M. N. B.; **Agricultura Familiar e Campesinato: rupturas e continuidades.** Texto apresentado na aula inaugural no CPDA/UFRRJ, Rio de Janeiro, 2004.

MALUF, R. S. **Segurança alimentar e desenvolvimento econômico na América Latina: o caso do Brasil.** Revista de Economia Política, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 134-140, 1995.