



Panorama das pesquisas sobre mercados na Revista Brasileira de Agroecologia 2006 - 2018

Panorama of research on markets in the Brazilian Journal of Agroecology 2006 - 2018

MENDES da SILVA, Isadora¹; MUNIZ, Mateus Henrique²; BRITO, Kauan TOMAZ³; CALDEIRA, Renata Vendramini⁴; FILIPAK, Alexandra⁵; ALEIXO, Sany Spínola⁶.

¹Centro Universitário de Rio Preto – UNIRP, isadoramendes154@gmail.com; ²Centro Universitário de Rio Preto – UNIRP, mateus_hmuniz@hotmail.com; ³Centro Universitário de Rio Preto – UNIRP, katomaz.kt@gmail.com; ⁴Centro Universitário de Rio Preto – UNIRP, reenata_vc@hotmail.com;

⁵Instituto Federal de São Paulo – IFSP, alefilipak@hotmail.com; ⁶Centro Universitário de Rio Preto – UNIRP, sanyspinola@hotmail.com.

Eixo temático: Economias dos sistemas agroalimentares de base agroecológica

Resumo: O presente artigo apresenta uma análise das edições da Revista da Brasileira de Agroecologia – RBA, partindo da meta em se verificar o tratamento do termo “mercado” nos estudos encontrados. A metodologia utilizada sobreveio em um levantamento exploratório de dados, realizando-se um desenho quali-quantitativo a partir de uma meta-análise com objetivo de propor a síntese de debates na temática dos mercados em agroecologia. As pesquisas apresentam teor técnico e científico de forma multidisciplinar, relacionando as diversas formas do saber com a questão mercadológica. Foram encontrados estudos acerca de temas paralelos e derivados das teorias de mercado, como consumo de massas, trocas solidárias, autoconsumo, canais curtos de comercialização, feiras e mercados institucionais. A pesquisa apontou a necessidade do aprofundamento das reflexões na área, como forma de obter resultados mais irrefutáveis acerca das novas configurações das relações de trocas.

Palavras-chave: Economia; Meta-análise; Padrão de Consumo.

Keywords: Economy; Meta-analysis; Consumer Standard.

Introdução

No último período, foi possível perceber uma convergência reversa ao consumo de alimentos industrializados e em massa. Trata-se de um retorno substancial ao aumento da demanda por alimentos frescos, que fomentam a economia local e, em certa medida, promovem a sua valorização ética, tanto no âmbito da escolha do que consumir, quanto em sua forma de preparo. Tal tendência, remete aos sistemas agroalimentares de base agroecológica.

Assim, para pensar a organização econômica e as mudanças que concorrem neste cenário da produção de alimentos faz-se fundamental o debate da inclusão e manutenção dos produtos oriundos destes agroecossistemas nos mais diversos mercados. Foi neste viés que se almejou concentrar os apontamentos do estudo,

Cadernos de Agroecologia – ISSN 2236-7934 - Anais do XI Congresso Brasileiro de Agroecologia, São Cristóvão, Sergipe - v. 15, no 2, 2020.



verificando como o tema “mercado” foi apontado nas análises dos trabalhos publicados na Revista Brasileira de Agroecologia.

Tradicionalmente, conceitua-se “mercado” a partir do modo em que se age institucionalmente na relação entre oferta e demanda de bens e serviços, com preços determinados através do nível de procura e utilização prática, sendo essencial ao funcionamento efetivo de ambos setores. É sabido também que um conjunto de configurações de mercados tornam-se menos relevantes ao conceito estrito, podendo coexistir de forma macro ou micro outras relações entre as trocas de produtos (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 1990).

Entretanto, para compreender novas configurações de mercados que vêm sendo consolidadas a partir das práticas agroecológicas, é preciso distinguir os pressupostos básicos das teorias da economia de troca ou de mercado, onde muito de um determinado produto é destinado fundamentalmente à troca – seja por mercadoria ou por moeda –, ansiando a aquisição de outros itens, impulsionado neste sentido o modelo capitalista. Interpretar profundamente as teorias econômicas permite perceber a interdependência dos padrões de consumo e a possibilidade de contraposição a modelos que pressupõem a maximização de lucro em detrimento das perspectivas de desenvolvimento que dialogam com a agroecologia.

Em estudo publicado por Dias, et al (2015), argumenta-se acerca das motivações dos consumidores, um dos eixos dessa perspectiva de troca, por produtos provenientes de sistemas ecológicos de produção, entretanto, o presente trabalho aponta também para o desconhecimento dos mesmos sobre quais produtos são ecológicos e quais não são. Questiona ainda, como entrave o entrave de tal mercado, o fato desse ser discutido e praticado há mais de 20 anos, mas ainda não ter sido consolidado em termos de pesquisa.

(...) ao longo do período abrangente do primeiro estudo publicado sobre o mercado e sobre os produtos orgânicos em 1993 e no ano 2013, o tema ganhou importância e destaque, mas parece estar ainda sem grandes evidências. Ele encontra-se como uma subárea entre a agricultura e o mercado de alimentos, não encontrando seu espaço por não ter sido devidamente trabalhado (DIAS, et al, 2015).

Por outro lado, tendo em vista limitações e carências infraestruturais de agricultores familiares em adotar inovações em gestão, produção e comercialização de produtos agrícolas, reconhece-se que, tratar o tema ainda é um grande desafio. Para que seja viável a comercialização de produtos orgânicos e agroecológicos, pressupõe-se a inserção em mercados, ainda que solidários, fazendo-se necessário promover atrativos físicos, acesso à terra e especialmente propiciar a introdução dos agricultores ao debate econômico, proporcionando-lhes conhecimento e capacidade de avaliar economicamente, para além das tecnologias disponíveis, entendendo a



formação de preços e a opção pela participação nos mais diversos mercados. Viegas (2012) corroborou com a afirmativa anterior e ainda acrescentou a importância do conhecimento acerca das relações de troca como essenciais ao desenvolvimento de uma agricultura ecológica e que, sem tal capacidade, políticas agrícolas sejam de crédito rural, de desenvolvimento tecnológico ou oferta de infraestrutura, tem efeito limitado.

Neste sentido, o presente trabalho objetivou realizar uma pré-análise acerca dos trabalhos que indicaram estudos de mercados, publicados na Revista Brasileira de Agroecologia, principal instrumento da divulgação do conhecimento produzido e de organização científica relacionada à agroecologia, verificando pressupostos básicos e tendências dos estudos que associam economia e agroecologia, como forma de possibilitar estudos mais aprofundados acerca do tema.

Metodologia

A metodologia deste estudo consistiu em um levantamento exploratório de dados secundários publicados na base da Revista Brasileira de Agroecologia - RBA. Realizou-se um estudo quali-quantitativo a partir de uma pré-proposta de meta-análise com objetivo de indicar uma síntese de estudos realizados na área temática dos mercados em agroecologia.

A Revista Brasileira de Agroecologia é uma publicação quadrimestral que recebe artigos ou ensaios teóricos em Agroecologia e áreas do conhecimento afins. A Revista Cadernos de Agroecologia tem por função principal publicar resumos de seminários e congressos apoiados pela Associação Brasileira de Agroecologia - ABA. Ambas se encontram na base de dados da Revista Brasileira de Agroecologia, sob o mesmo ISBN, assim, a amostra representativa para esse estudo refere-se a todas as edições publicadas na base de dados da Revista Brasileira de Agroecologia seja ela denominada Revista ou Caderno.

A busca foi realizada pela primeira vez no mês de maio de 2019, com repetição em junho de 2019, com a finalidade de dar consistência nos resultados encontrados.

O período de realização da busca na página da RBA/ABA coincidiu com o período de publicação via digital da revista, de 2006 até as últimas publicações de 2018. Período estabelecido como teto para os documentos avaliados.

A busca textual utilizou o termo “mercado”: A escolha do presente termo remeteu ao interesse entre a relação existente entre o mercado convencional capitalista, novas conformações de mercados que surgem em uma perspectiva de resistência ao primeiro e a relação dos mesmos com a agroecologia, inicialmente e posteriormente como agricultura orgânica e a produção de PANC's.



Foram encontrados 115 artigos/resumos, filtrados a partir das ações descritas acima. Com base nos documentos encontrados, foi possível organizar as informações em planilha, e posteriormente extrair elementos para confecção de um panorama geral dessas publicações.

Para esta publicação especialmente, as informações analisadas foram: 1) Local das pesquisas realizadas por região (Norte, Nordeste, Centro-oeste, Sudeste e Sul); 2) Artigo ou Resumo 3) Ano de publicação; 4) Posição no texto da palavra Mercado (Título, resumo, palavra-chave e corpo do texto) na forma de algoritmo sendo considerado 1 para presente e 0 para ausente.

O local da pesquisa (cidade/estado/país) também foi planilhado e posteriormente analisado, permitindo verificar as regiões do país que mais publicam sobre o tema “mercado” na revista.

Por fim, com base nos elementos definidos foi realizada uma análise qualitativa acerca do debate contido nos estudos.

Resultados e Discussão

Nesta seção apresenta-se a análise dos dados, resultados obtidos e as reflexões possíveis acerca da temática mercados e agroecologia. Assim, conforme já mencionado, ao pesquisar-se a palavra “mercado” na ferramenta de busca na página da Revista Brasileira de Agroecologia (RBA), no período que compreende os anos de 2006 a 2018, obteve-se 115 documentos. Destes, 20 artigos completos encaminhados diretamente para publicação da revista e o restante, 95 resumos expandidos, encaminhados para os Congressos Brasileiros de Agroecologia.

Quanto ao local de realização das pesquisas que abriga o termo citado, no conjunto dos 115 documentos encontrados, foi constatado em 15 documentos a ausência de identificação do local de realização do estudo, 3 são frutos de estudos realizados fora do Brasil, caracterizados como internacionais; 97 trabalhos, portanto, foram os nacionais que contemplaram a palavra “mercado” em seus relatos, no resumo, no texto ou na metodologia.

Dos estudos nacionais, a região com maior número de publicações foi a Sul (34,78%), seguida da região Sudeste (24,35%), Nordeste (9,57%), e as regiões Norte e Centro-Oeste com 7,83% dos estudos cada. A Figura 1 representa as afirmativas acima.

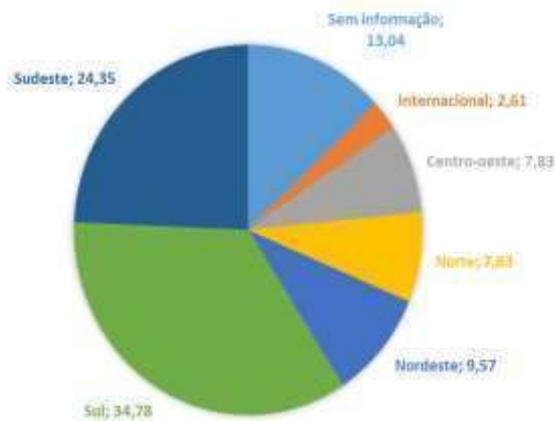


Figura 1. Representação, em valores percentuais, das regiões que publicaram estudo e citaram a palavra “mercado” no corpo do documento disponibilizado na Revista Brasileira de Agroecologia de 2006 a 2018.

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Quanto a sua evolução, as publicações iniciam-se em 2006, indo até 2018, término do período analisado. Um destaque deve ser dado aos anos de 2006, 2007 e 2009, quando Anais de congressos foram publicados. Neste sentido, como um número de publicações foi maior, a expressão “mercado” também aparece com maior recorrência. Em 2008, como documentos da revista, foram publicados os resumos do II Seminário de Agroecologia, ocorrido no Mato Grosso do Sul. Neste caso, o termo mercado não apontou para nenhum estudo.

Reconhecer as publicações dos Congressos como números da Revista Brasileira de Agroecologia, nos permite também discorrer acerca do número maior de publicações provenientes de estudos realizados na região Sul do país. Ratifica o papel da região no debate inicial acerca da agroecologia no Brasil, onde os Congressos se realizaram anteriormente, proporcionando uma maior possibilidade de publicação dos estudos já desenvolvidos.

Contudo, ao verificar-se o número de estudos que aponta para o termo “mercado” nos períodos posteriores, quando os Anais dos Congressos deixam de ser apresentados como volumes das revistas, foi possível encontrar um reduzido montante de estudos, com exceção para o ano de 2014, que apresenta leve evolução, como pode ser observado na Figura 2.

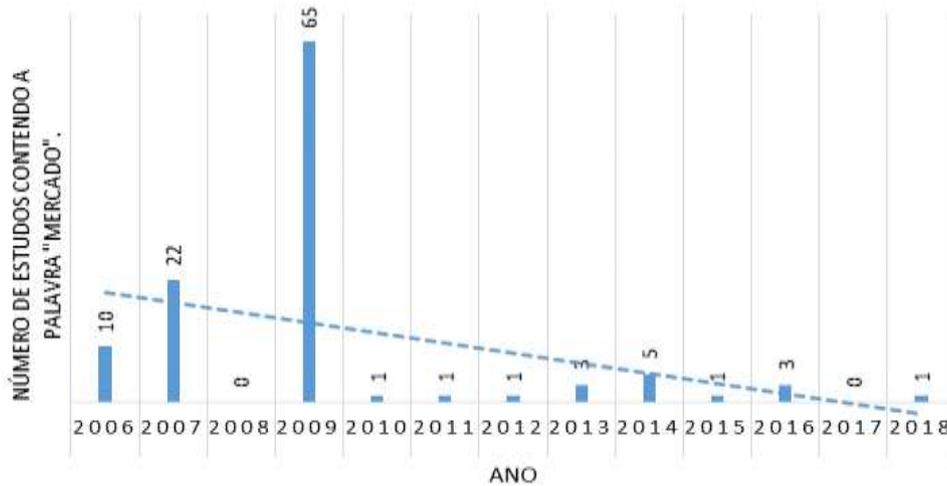


Figura 2. Representação anual do número de estudos que mencionaram o termo “mercado” nos volumes da Revista Brasileira de Agroecologia, de um total de 115 encontrados, no período de 2006 a 2018.

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Quanto à posição no texto do vocábulo “mercado”, foi verificado se o mesmo constava no título, no resumo, palavra-chave e no corpo do texto (Figura 3). Nessa etapa da pesquisa iniciou-se um aprofundamento do método quali-quantitativo de análise.

Nesse aspecto, considera-se essencial apontar para o número de vezes que o termo aparece no resumo dos trabalhos, mas não é apresentado da mesma maneira no corpo do texto. Em apenas 13 artigos/resumos a palavra é mencionada no título e em nove trabalhos, nas palavras-chave.

O termo, quando presente nas palavras-chave dos artigos/resumos possuía uma tendência a indicar que tal assunto era citado em algum momento no corpo do texto, o que foi corroborado. Já quando a palavra buscada se encontra em algum momento no resumo, a mesma era empregada com diversos significados, sendo muitas vezes não tratados da mesma forma no corpo do texto.

Ainda, partindo de uma análise elementar, qualitativamente, também é possível afirmar que os estudos acerca dos mercados, partindo de um pressuposto teórico mais denso, ainda são poucos. Apesar de 89 artigos/resumos, apresentarem o termo no resumo, somente em 60, aparece no corpo do texto nos estudos expostos nos volumes analisados da Revista Brasileira de Agroecologia.

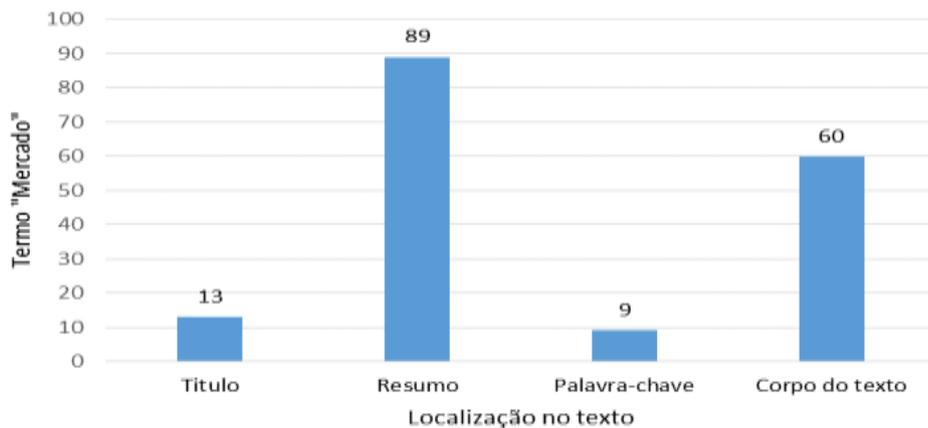


Figura 3. Representação do número de vezes que a palavra “mercado” é mencionada em título, resumo, palavra-chave e corpo do texto, dos estudos publicados nos volumes da Revista Brasileira de Agroecologia, no período de 2006 a 2018.

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Por fim, estudos acerca de temas paralelos e derivados das teorias de mercado, entre eles, consumo de massas, círculos de reciprocidade, trocas solidárias, autoconsumo, canais curtos de comercialização, feiras e mercados institucionais são contemplados, entretanto, muito mais se relacionando às análises empíricas em detrimento de um imperioso aprofundamento teórico.

Conclusões

Na busca pelo panorama das publicações relacionadas ao tema do mercado, verificou-se a ausência de um debate conceitual mais denso sobre a temática. Ainda que em muitos artigos/resumos, a construção e a importância dos diversos mercados sejam tratadas, seu funcionamento é menos verificado.

É possível afirmar, mesmo que preliminarmente, que a relação da agroecologia com os diferentes mercados, no aspecto social da comercialização, não foi construída enquanto teoria no Brasil. Em alguns aspectos, trata-se da questão a partir de referencial teórico internacional, mas não é produzido, nacionalmente, um estudo da sociologia econômica da agroecologia, dentro do universo pesquisado.

A análise ainda demonstrou, nos estudos da agroecologia, uma evolução na preocupação com as formas de cultivo e com as consequências com o meio ambiente e a relação destes com a construção e ampliação de novos mercados, com relações estabelecidas entre ofertantes e demandantes muito diferente daquela apresentada na economia de mercado clássica. Essa ideia remete à necessidade de novos estudos nessa área de forma a obter resultados mais irrefutáveis dessas novas configurações socioeconômicas, mais justas no âmbito social ou ainda trazendo para o centro do debate as perspectivas teóricas que se contraponham às questões ecológicas a partir de uma teoria de desenvolvimento antropocêntrica.



Referências bibliográficas

DIAS, Valéria da Veiga et al. O mercado de alimentos orgânicos: um panorama quantitativo e qualitativo das publicações internacionais. **Revista Ambiente e Sociedade**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 155-174, 2015.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Dicionário de Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: FGV, 1990.

VIEGAS, I. F. P. **Redes de comércio justo e solidário: organização, relações e valores**. Tese (Doutorado) Instituto de Economia, UNICAMP, 2012.