



Mercados de proximidade, experiências mexicanas de comercialização direta *Proximity markets, Mexicans experiences of direct commercialization*

SILVA, Isabel Cristina Lourenço da Silva¹; PETRY, Claudia², BARRERA-BASSOLS, Narciso³

¹ Universidade de Passo Fundo – Programa de Pós-Graduação em Agronomia, isabel.agroecologia@gmail.com; ² Universidade de Passo Fundo – Programa de Pós-Graduação em Agronomia, petry@upf.br; ³ Universidad Autónoma de Querétaro, barrera@itc.nl.

Eixo temático: Economias dos Sistemas Agroalimentares de Base Agroecológica

Resumo: O presente trabalho aborda duas experiências de comercialização direta de alimentos orgânicos no Estado de Jalisco-México, as duas organizações analisadas fazem parte da RASA (Red de Alternativas Sustentables Agropecuarias de Jalisco). O estudo foi desenvolvido no período de abril de 2019, baseado em pesquisa qualitativa. As experiências de comercialização do Farmer's Market e da Feria de Productores podem ser classificadas como mercados de proximidade, inseridas nos circuitos curtos de comercialização. São experiências distintas das brasileiras, pois, temos muitos avanços em relação a organização de feiras e a certificação participativa, mas ainda temos muitos desafios em frente, fazendo com que mais feiras e espaços de comercialização direta aconteçam. Estes mercados de proximidade mercados assumem cada vez maior relevância em nossa sociedade, aproximando produtores e consumidores, estreitando relações sociais, encurtando as distancias percorridas por estes alimentos.

Palavras-chave: circuitos curtos de comercialização; consumo responsável; alimentação saudável; comércio justo.

Abstract: The present work deals with two experiments of direct commercialization of organic foods in the State of Jalisco-Mexico, the two organizations analyzed are part of RASA (Red de Alternativas Sustentables Agrícolas de Jalisco). The study was developed in April 2019, based on the qualitative research. The marketing experiences of Farmer's Market and the Producers' Fair can be classified as proximity markets, inserted in the short marketing channels. These are different experiences from Brazilians, because we have many advances in relation to the organization of fairs and participatory certification, but we still have many challenges ahead, making more fairs and spaces of direct marketing happen. These markets of proximity markets become increasingly important in our society, bringing together producers and consumers, narrowing social relations, shortening the distances covered by these foods.

Keywords: short marketing circuits; responsible consumption; healthy eating; fair trade.

Introdução

O presente trabalho tem por objetivo discutir duas experiências de comercialização direta, que são realizadas no Estado de Jalisco-México e podem ser classificadas como circuitos curtos de comercialização. Estas experiências estão relacionadas com a RASA (Red de Alternativas Sustentables Agropecuarias de Jalisco), onde vários dos produtores que comercializam nestes espaços, fazem parte da Rede.



A RASA é uma rede de produtores, organizações da sociedade civil e instituições de ensino do estado de Jalisco que tem 20 anos de existência, e sua base de ação está na busca da soberania alimentar e na formação em agroecologia. Segundo Morales (2006) as atividades da RASA se orientam em três eixos: a formação em técnicas de agricultura sustentável, o comércio justo de produtos ecológicos e a vinculação com outras experiências.

Estas experiências de comercialização em circuitos curtos podem ser entendidas a partir do exposto por Ploeg (2008, apud GUIMARÃES, 2011), como responsáveis pela produção, pela distribuição e pelo consumo de alimentos produzidos em tempo e distância menores, aproximando produção e consumo, tornando possíveis novas relações de mercado, interconectadas com o local e as suas especificidades.

Metodologia

Este trabalho é resultado de pesquisa exploratória sobre espaços de comercialização de produtos orgânicos/ecológicos, que são algumas das experiências que integram a RASA, foi desenvolvido no mês de abril de 2019, nas cidades de Ajijic e Guadalajara, ambas no estado de Jalisco-México.

O trabalho foi de natureza qualitativa, e utilizou-se como recursos metodológicos a observação participante, que de acordo com Minayo (2013), é um processo pelo qual o pesquisador se coloca como observador de uma situação social com a finalidade de realizar uma investigação científica.

Também foram realizadas entrevistas informais, que, como aborda Gil (2009), é a que se utiliza como recurso exploratório para obter uma visão geral e aproximativa do problema de pesquisa.

Visitamos os espaços de comercialização nestas duas cidades, o Farmer's Market em Ajijic e a Feira de Produtores em Guadalajara, onde foram entrevistados produtores e organizadores de ambas feiras.

Resultados e Discussão

A experiência do Farmer's Market em Ajijic começou a 10 anos, com um grupo de consumidores norte-americanos, canadenses e europeus, que buscavam fazer uma mudança na dieta alimentar por questões de saúde. Eles começaram a contatar pequenos produtores onde eles podiam ter confiança para se aproximar, visitar seus espaços de produção, e ter certeza de que eram alimentos limpos (sem pesticidas).

A comercialização iniciou na garagem de uma das famílias consumidoras, com cinco produtores. Com o passar do tempo a demanda foi aumentando, e mudaram de lugar, até chegarem ao local atual, onde participam 78 feirantes.



O Farmer's Market acontece uma vez a semana, nas terças pela manhã, o maior público é de estrangeiros que vivem na região, tanto que a propaganda dos produtos bem como todos os que comercializam utilizavam a língua inglesa.

O mercado se tornou uma referência para pessoas com dietas especiais e com doenças que necessitam de uma alimentação mais estrita, pois além da oferta de alimentos orgânicos, ofertavam alimentos próbióticos.

Os produtos são bem diversificados, desde verduras orgânicas, grãos, germinados, mel, sementes orgânicas, livros, produtos processados, como queijos, carnes, panificados. Os feirantes que vendem produtos processados, como saladas prontas, doces, bolos e outros utilizam produtos de outros feirantes.

A Feria de Productores é realizada na cidade de Guadalajara. É uma experiência de comercialização que já tem cinco anos, e está focada no consumo responsável, se realizando todos os domingos e conta com 42 produtores. De acordo com a organização da feira, nem todos são orgânicos, pois entendem que à medida que entram outros produtores convencionais, permite que esses possam ir modificando seus processos produtivos.

No contexto local não existem muitos produtores orgânicos. Mesmo os que são da RASA, nem todos têm condições logísticas de atender a feira todos os domingos, pois já atendem outros espaços de comercialização mais antigos, e outros estão distantes. Como nem todos os produtores que participam da feira são orgânicos, uma das formas de incentivar e dar maior visibilidade aos que já tem a validação social é promovendo visitas a suas propriedades.

Os feirantes que comercializam produtos processados compram suas matérias-primas dos produtores da feira, promovendo assim uma relação de proximidade entre os próprios feirantes.

Os produtores que comercializam na Feria del Productor e no Farmer's Market tem validação social de seus produtos, a organização que valida é o El Jilote. Não é considerada uma certificadora, mas segue os delineamentos para operação orgânica das atividades agropecuárias, que estão na Lei de Produtos Orgânicos mexicana.

Conclusões

Um fator chave para a organização e continuidade destas experiências foi a mediação social existente para que estes espaços existam, e a participação da RASA foi fundamental para isso.

Acredita-se que são exemplos muito importantes, principalmente para pensar a comercialização direta em espaços onde não se tenha produtores orgânicos já



certificados, como o exemplo da Feira de Produtores. Dessa forma, esses podem entrar, fazer parte e se comprometem com o processo de transição quando iniciam. São experiências distintas das brasileiras, pois, temos muitos avanços em relação a organização de feiras e a certificação participativa, mas ainda se tem muitos desafios em frente, fazendo com que mais feiras e espaços de comercialização direta aconteçam.

Estes mercados de proximidade assumem cada vez maior relevância em nossa sociedade, aproximando produtores e consumidores, estreitando relações sociais, encurtando as distâncias percorridas por estes alimentos.

Agradecimentos

Agradeço aos agricultores e feirantes que compartilharam suas experiências e também a CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pela bolsa, que permitiu o período de estágio doutoral no México.

Referências bibliográficas

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GUIMARÃES, G. M. **Racionalidades identitárias na produção e comercialização de alimentos coloniais na Quarta Colônia-RS**. 2011. 208 p. Tese. (Doutorado em Desenvolvimento Rural). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Porto Alegre, 2011.

MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 33 ed. Petrópolis; RJ. Vozes, 2013.

MORALES, J. **Construyendo la sustentabilidad desde la localidad: la Experiencia de la Red de Alternativas Sustentables Agropecuarias en Jalisco**. Ponencia. VII Congreso SEAE Zaragoza 2006.