


ACADEMIA

Accelerating the world's research.

DO CAMPO AO CAMPUS: sobre os desafios de comercialização dos produtores rurais da microbacia do FOJO, Guapimirim...

GCET UFPB

Related papers

[Download a PDF Pack](#) of the best related papers 

DO CAMPO AO CAMPUS: sobre os desafios de comercialização dos produtores rurais da microbacia do FOJO, Guapimirim (RJ)

BURSZTYN, IVAN
MARTINS, LEONARDO CAMPOS
PODESTÁ, MARCELO ARAGÃO DE

INTRODUÇÃO

Um dos mais importantes e atuais desafios enfrentados pela agricultura familiar para sua reprodução social de forma perene e sustentável constitui-se no acesso a mercados e consumidores. Concomitantemente, verifica-se o crescimento de um novo perfil de consumidor, em diferentes mercados no Rio de Janeiro, interessados na aquisição de um alimento sem agrotóxicos e baseados nos princípios da agroecologia e do comércio solidário. Estas iniciativas de consumidores conscientes e responsáveis encontram lugar em movimentos autônomos que têm estruturado metodologias, de produção, distribuição e consumo típicas de territórios específicos da sociobiodiversidade da agricultura familiar.

Neste trabalho, apresentamos algumas reflexões sobre possibilidades de superação do desafio da comercialização e acesso a mercado para grupos de agricultores familiares, tendo como base a pesquisa realizada junto a Associação de produtores rurais, artesões e amigos da microbacia do Fojo (AFOJO) e sua relação com a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Esta pesquisa foi realizada no âmbito do projeto “Alimentos bons, limpos e justos



ampliação e qualificação da participação da Agricultura Familiar brasileira no movimento Slow Food”, coordenado pela Universidade Federal de Santa Catarina e desenvolvido por meio de iniciativas interinstitucionais constituídas em rede com a participação de universidades públicas brasileiras e profissionais da rede Slow Food e o financiamento da Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário do Governo Federal. Este projeto teve como objetivo construir caminhos e viabilizar alternativas que assegurem a reprodução social da agricultura familiar, por meio do empoderamento de seus atores, almejando a transformação social e a inclusão socioeconômica.

Cabe destacar aqui um importante papel que as universidades públicas têm a cumprir promovendo um diálogo com a sociedade de modo a conceber soluções inovadoras para o enfrentamento de problemas e superação de carências que impendem o pleno desenvolvimento de grupos sociais vulneráveis. Acreditamos que o conhecimento gerado intramuros deve ser construído com e posto a serviço da sociedade para potencializar seus resultados gerando transformação social.

A agricultura familiar agroecológica e orgânica no estado do Rio de Janeiro e o acesso ao mercado

O consumo de produtos orgânicos, com indicação de origem, regionais ou típicos, oriundos de pequenos produtores contribui para uma alimentação mais saudável, além de promover o desenvolvimento sustentável. No Brasil, a agricultura familiar é responsável pela maior parte dos alimentos comercializados no mercado interno e guardião da



agrobiodiversidade e do conhecimento tradicional, fatores fundamentais para a qualidade na alimentação¹.

Em dados de 2016 do Censo Agropecuário do IBGE, a agricultura familiar vem se tornando cada vez mais importante no estado do Rio de Janeiro. São 44.145 estabelecimentos que representam 75% do total das propriedades rurais, sendo responsáveis por 58% dos postos de trabalho no campo no estado. Segundo Flávia Dias, Secretária Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário, os estabelecimentos familiares fluminenses são responsáveis pela produção da maior parte da produção agrícola do estado. Produzem 68% do feijão, 75% da mandioca, 67% do milho em grão, 55% do arroz e 52% do café².

Com o intuito de fortalecer os produtos e mercados diferenciados da agricultura familiar e promover o incremento da oferta de alimentos de qualidade nos mercados institucionais, o Ministério do Desenvolvimento Agrário (e posteriormente a Secretária Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário) tem desenvolvido e participado de políticas, programas e ações, sendo diversas delas interinstitucionais e interministeriais, tais como: a política e o Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica; as ações de promoção das cadeias de produtos da sociobiodiversidade; a Política Nacional de Alimentação Escolar; o Programa de Aquisição de Alimentos; a promoção comercial por meio da participação em feiras e eventos

¹ Disponível em http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/recursosnaturais/ids/default_2015.shtm acessado em 22 de setembro de 2016.

² Disponível em <http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/agricultura-familiar-movimenta-economia-local-no-rio-de-janeiro> acessado em 5 de novembro de 2016.



comerciais; além de promover uma marca da agricultura familiar junto aos consumidores, o SIPAF – Selo da Agricultura Familiar³.

A agroecologia herda algumas práticas tradicionais da agricultura familiar, especificamente as relacionadas ao conhecimento endêmico e à manutenção de técnicas, sementes crioulas e variedades de cultivo local. A literatura socioambiental apresenta diversos estudos de caso (ALTIERI; LETOURNEAU; DAVIS, 1983; PENEIREIRO, 1999; CAPORAL; COSTABEBER, 2006; DAROLT, 2005; DELGADO; STRAND, 2010) cujas experiências situam a agroecologia no campo social empírico, definido por saberes que tornam possível o desenvolvimento de um mercado em expansão no Brasil (BLANC, 2009), dentro de amplo setor econômico identificado simbolicamente com os ideais ecológico, biológico e orgânico.

Mesmo a agricultura orgânica sendo ainda incipiente no Brasil, sua relevância é crescente, seguindo tendência observada em outros países, em especial na América Latina, Caribe e Europa (MAZZOLENI; NOGUEIRA, 2006). A expansão do setor orgânico no país, segundo Julien Blanc (2009), é vista como uma alavanca para a emancipação social dos pequenos agricultores familiares, o que depende, em certa medida, do comprometimento de consumidores, pois, à medida que a competição no mercado regional de orgânicos torna-se mais acirrada, o desenvolvimento de cadeias varejistas envolvendo consumidores ‘comprometidos’, junto a uma ampla integração de agricultores regionais em redes de militância orgânica, parece ser crucial.

³ Disponível em <http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/agricultura-familiar-movimenta-economia-local-no-rio-de-janeiro> acessado em 5 de novembro de 2016.



Com base em tais autores, constata-se que esse não é um mercado de fácil acesso à população, o que em parte explica o surgimento de grupos que buscam a sustentabilidade por meio de seu consumo. O consumo sustentável é a expressão utilizada para descrever uma atividade humana peculiar que se desenvolve em muitos âmbitos sociais. Trata-se de compras cotidianas que, em determinado momento, são acrescidas da escolha do consumidor, condicionada a partir de critérios socioambientais.

Uma das questões fundamentais que agregam e mantêm o coletivo é o desafio de exercer um consumo mais consciente do contexto produtivo, ecológico, social, promovendo a sustentabilidade. Trata-se da questão relativa à como acessar os alimentos orgânicos sem entrar no jogo especulativo promovido pelas redes de distribuição e pelos pontos do varejo, pois é evidente a diferença de valores nas gôndolas dos supermercados, cujo incremento de preço associado ao produto orgânico não se reflete em benefício aos produtores, segundo esses próprios.

Iniciativas como uma empresa de entregas de cestas de orgânicos, a Orgânicos In Box, e um supermercado on-line praticamente só com produtos desse tipo, o Organomix, corroboram na implementação e fortalecimento dos circuitos curtos de produção e consumo, que resultam das experiências de uma longa trajetória de práticas nascidas na sociedade civil. Cidadãos engajados e empreendedores e consumidores individuais vêm ajudando a criar um mercado de orgânicos no Rio de Janeiro, com direito a grupos de compras coletivas na internet e agricultores que disponibilizam seus produtos na rede.



A Rede Ecológica, fundada em 2001, é um movimento social que consolida o consumo ético, solidário e ecológico. É formada por grupos de consumidores que realizam compras coletivas em interação direta com produtores, viabilizando o abastecimento de produtos agroecológicos / orgânicos a preços acessíveis. O movimento apoia iniciativas de pequenos produtores que seguem a mesma ideologia⁴.

A Rede, que surgiu no Rio de Janeiro, atualmente está distribuída em nove núcleos, seis apenas em bairros da cidade do Rio de Janeiro, dois na cidade de Niterói e um em Seropédica. A Rede Ecológica desenvolve, além das compras coletivas, outras atividades externas relacionadas a reaproveitamento de embalagens, agroturismo, representação em campanhas, grupos de trabalho e organizações envolvidas com as temáticas de segurança alimentar, agricultura urbana, agroecologia e economia solidária.

A Horto Vitae, na Ilha do Governador, criada por Pedro Vettorazzo, logo teve que deixar a bicicleta que usava para fazer entregas, pois ela já não dava conta da grande quantidade de pedidos. Ele é um dos únicos que prestam este tipo de serviço na região. A sua Horto Vitae surgiu em 2013, quando Pedro tentava encontrar “um emprego que respeitasse outros seres humanos e animais”. Os produtos das cestas são escolhidos pelo cliente a partir de uma tabela disponível no site.

O Circuito carioca de feiras orgânicas fez o produtor de orgânicos do Rio deixar de ser invisível para o grande público. A feira da Glória foi a primeira, mas, desde 2010, vieram as do Jardim Botânico, a

⁴ Disponível em <http://redeecologicario.org/> acessado em 06 de novembro de 2016



de Ipanema, a do Bairro Peixoto, dentre outras. Hoje o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas contabiliza 18 pontos, de acordo com a Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico Solidário (Sedes), da prefeitura. Contando com as feiras no Parque Garota de Ipanema, no Grajaú, na Ilha do Governador e no condomínio Parque das Rosas, na Barra, que foram as últimas a entrarem no circuito. Com um faturamento de R\$ 700 mil no primeiro ano do circuito, pelos produtores, em 2014, o montante ficou em torno de R\$ 7,7 milhões — afirma a diretora de economia solidária e comércio justo da Sedes, Ana Asti.

O mercado informal de orgânicos do Rio de Janeiro não tem números fechados, mas, em 2014, o segmento desse tipo de produto cresceu 35% e faturou R\$ 2 bilhões em todo o Brasil. Há estimativa que o valor total arrecadado tenha alcançado R\$ 2,5 bilhões, de acordo com dados divulgados pela ONG Instituto de Promoção do Desenvolvimento (IPD)⁵.

Outro caso interessante, o Comida da Gente é uma rede de compras coletivas, com uma dinâmica baseada na cooperação e interação. Onde o cliente pode participar de uma lista já criada ou iniciar uma nova para uma demanda específica. Pedindo a colaboração de vizinhos, amigos e colegas de trabalho para criar redes próximas ao cliente, os participantes da lista usam seus trajetos rotineiros para deslocar coletivamente os pedidos, reduzindo o impacto da logística de distribuição. O Comida da Gente foi criado para aproximar quem produz de quem consome.

⁵ Disponível em <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2015/10/agricultura-organica-deve-movimentar-r-2-5-bi-em-2016> acessado em 10 de novembro de 2016.



Na Junta Local o foco é no comércio justo, com margem alta para o produtor e preço baixo para o consumidor. Orgânico não é produto de elite, comida boa tem que ser para todo mundo. “Começamos vendendo 30 sacolas e, nas últimas edições, foram mais de 200 pedidos” — explica o cientista político Thiago Gomide Nasser, um dos fundadores da Junta.

Devido à demanda do público pelas possibilidades de encontro com produtores, vários sítios, por conta própria, começaram a fazer suas entregas de cestas e pedidos em geral. O Lagoa Orgânicos, que fica na bicentenária Fazenda Lagoa em Teresópolis, oferece duas possibilidades de cesta, uma com 10 a 12 itens e outra com 8 a 10, com temperos, verduras, legumes e pelo menos uma fruta. Cerca de 75% das entregas são para a Zona Sul, mas tem pedido na Tijuca, em Inhaúma, na Pavuna, em Niterói, existe demanda em todo o território.

Estas iniciativas locais representam um conjunto de conhecimentos, habilidades e princípios adquiridos ao longo do tempo, que dão sentido e identidade a uma cultura de práticas que geram dinâmicas econômicas, de organização social e de articulação política. São experiências com um enriquecido repertório de práticas técnico-produtivas e de organização econômica e social que se apresentam criadoras de novos territórios sociais e econômicos e também de modos de vida sustentáveis. No entanto, como aponta Coraggio, é importante notar que estas práticas surgem da incapacidade do “sistema” de incorporar a todos, fazendo com que pessoas, famílias, grupos e comunidades locais recorram, crescentemente, às “táticas coletivas de sobrevivência” (CORAGGIO, 2003).





Segundo Manzini (2008), a transição da sociedade atual para uma sociedade mais sustentável se dará por meio de um processo social de aprendizagem, onde reaprenderemos a viver consumindo menos recursos e regenerando o tecido social. Como destaca o autor, esse processo não se dará por meio de uma ruptura radical, mas sim através de descontinuidades no âmbito local que apontarão para novas soluções, novas formas de responder às demandas sociais por bem estar sem comprometer a capacidade das futuras gerações em promover seu próprio bem estar. Nesse sentido, continua o autor, iniciativas socialmente inovadoras hoje em curso em todo o globo podem inspirar novos modos de organização, novas formas de comercialização, enfim novos modos de relacionamento entre os atores sociais.

Estas inovações sociais podem ser a chave de um futuro mais sustentável. Atualmente, um dos grandes gargalos para a consolidação da agricultura familiar de base agroecológica é o acesso ao mercado. Dessa forma, apresentaremos a seguir, uma experiência inovadora desenvolvida no interior da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Acreditamos que experiências como esta podem inspirar novos modelos de comercialização e contribuir para a sustentabilidade desse modo contra hegemônico de desenvolvimento rural.

Sobre a AFOJO e sua relação com a UFRJ

A comunidade do Fojo está localizada na microbacia do Fojo, em Guapimirim, município da região metropolitana do Rio de Janeiro, localizado a 76 km da capital. A região fica aos pés da Serra dos Órgãos e tem conexão com a região serrana. É uma localidade muito visada pelos moradores da cidade que adquirem terrenos para construir segundas



residências, em meio a uma natureza exuberante, tomada por faixas de Mata Atlântica preservada.

A comunidade está organizada em forma de associação, com o nome Associação de Produtores Rurais e Artesãos da Microbacia do Fojo (AFOJO). Foi formada em 1996, a partir da reunião de alguns dos membros, mas se formalizou somente em 2010 a partir da necessidade de se organizarem para fortalecer o trabalho em grupo, pleitear o apoio e as ações do município e demais instâncias políticas e participarem de feiras orgânicas da cidade do Rio de Janeiro, sobretudo da feira da UFRJ. Essa articulação lhes permitiu formar um núcleo de Sistema Participativo de Garantia (SPG) e adquirir a certificação orgânica, processo que durou cerca de um ano, durante o qual uma série de encontros e oficinas foram realizadas.

Cerca de 50 famílias de agricultores vivem na região do Fojo, entre proprietários e arrendados, com um largo histórico em cultivo de alimentos. Destas, cerca de 15 estão envolvidas diretamente na Associação. No início, o principal produto comercializado era a banana e a venda era feita, sobretudo nas barracas na beira da estrada e diretamente aos veranistas nos fins de semana. A produção atualmente tem base agroecológica e é bastante diversificada. Algumas pessoas da comunidade, sobretudo os mais jovens, se dedicam a serviços esporádicos de construção civil, mas a grande parte das pessoas está dedicada à agricultura.

Respeitando a sazonalidade e buscando atender a demanda dos consumidores, os produtores da AFOJO produzem um grande número



de hortaliças e alguns produtos processados, como doces, compotas, geléias, pó de café, dentre outros. As atividades do grupo seguem os ciclos e dinâmicas do plantio agroecológico, que tem como objetivo reduzir ao mínimo a necessidade de insumos externos e aperfeiçoar os sistemas dentro da propriedade. Para tal, dedicam-se a compostagem, multiplicação de mudas, criação de animais, poda, manejo e colheita de frutos, plantas e raízes, preparação de compostos e adubos orgânicos, beneficiamento de alimentos, preparação dos produtos para a feira (porcionamento, embalagem, etc), dentre outras atividades.

As famílias de produtores estão espalhadas em diversas áreas do vale do Fojo e cultivam em terreno próprio ou arrendado. A sede da Associação fica próxima à entrada da região, é uma estrutura simples com uma área que abriga as máquinas de beneficiamento do café (conseguidas a partir de um projeto realizado pela ONG ASPTA que durou três anos, até 2015) e uma cozinha industrial para o processamento coletivo dos alimentos.

A prefeitura de Guapimirim fornecia o transporte até às feiras na cidade, para os produtores e suas mercadorias. Porém, esta ajuda foi interrompida em 2017, dificultando bastante a logística do grupo. Alguns produtores têm veículos próprios, mas boa parte ainda depende do transporte público que, de acordo com alguns depoimentos, custa caro, é mais trabalhoso e suscetível aos assaltos bastante frequentes. Em alguns casos, os produtores conseguem enviar as mercadorias com os colegas ou outro transporte e fazem a viagem de ônibus, mas relatam o



inconveniente de chegarem muito depois dos produtos e atrasarem para a montagem da feira.

Um dos obstáculos que enfrentam é o desinteresse do município em se organizar para o cadastramento e emissão do Selo de Inspeção Municipal (SIM) que ainda não existe na prefeitura local. Existe certa “vista grossa” por parte do município que libera a produção destes alimentos que deveriam ser certificados, mas os produtores relatam que já houve ameaças de interromper estas atividades.

Uma das ações que a AFOJO tem catalisado é a mobilização para a criação de um Conselho de Desenvolvimento Rural Sustentável, estrutura prevista por lei que garante a mediação e a defesa dos interesses dos envolvidos na construção do plano de desenvolvimento dos municípios e que abre as portas para a venda institucional dos produtos da Agricultura Familiar.

Como as estruturas de produção, sobretudo a cozinha industrial, ainda não estão completas, os produtores não podem utilizar o selo da Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro (ABIO) para certificação orgânica nos produtos, mas os feirantes relatam que a relação com o consumidor constrói um processo de confiança que ultrapassa a necessidade de certificação. Consideram, todavia, importante a presença do selo nos produtos, para agregar valor e “confirmar” a palavra do agricultor, sobretudo quando o produto é vendido fora do ambiente das feiras.

O preço de comercialização, de acordo com o depoimento coletados, é, em parte, justo. Porém, se forem somar todas as variantes, o



valor final de comercialização de alguns produtos não paga as despesas reais dos mesmos (é o caso do café, por exemplo, bastante trabalhoso, mas que não tem saída se for vendido pelo preço “justo”). O equilíbrio vem com a diversidade de produtos: um produto com menor custo de produção compensa o outro. Um dos carros chefes na comercialização é o palmito pupunha e cada vez mais agricultores tem se dedicado a esse plantio. Somente frutas sazonais e pouco utilizadas, como jaca e fruta pão costumam sobrar nas feiras, na época da safra, o restante é todo comercializado.

A relação dos produtores da AFOJO com a UFRJ teve início em 2009 quando um grupo de técnicos e professores da instituição discutia a possibilidade de incluir alimentos orgânicos e agroecológicos provenientes da agricultura familiar nas refeições fornecidas pelo Restaurante Universitário (RU). Por questões burocráticas e pela dificuldade dos produtores em fornecer a quantidade necessária para atender ao RU, o projeto não foi adiante. No entanto, a mobilização realizada junto aos produtores resultou em uma ideia alternativa. A Feira Agroecológica da UFRJ teve início em 2010 com o objetivo de oferecer alimentos de qualidade para a comunidade universitária e mobilizou inicialmente agricultores de seis municípios do estado. Atualmente, mobiliza seis famílias dos municípios de Magé e Guapimirim que semanalmente vendem seus produtos em quatro pontos de venda na Universidade.

A participação da AFOJO na Feira Agroecológica da UFRJ, além de aumentar sensivelmente a renda das famílias, trouxe benefícios no



âmbito social e cultural, através do intercâmbio de conhecimentos e a participação em práticas e vivências ligadas à agroecologia e pesquisas de extensão. Porém algumas dificuldades estruturais, como a logística de transporte, a dificuldade de engajar os jovens na produção e no trabalho na Associação, estão entre os principais problemas enfrentados pelos agricultores e que ameaçam a continuidade das atividades.

Desde o início da relação entre os produtores e a universidade, diferentes grupos da comunidade acadêmica vêm interagindo com a AFOJO. Laboratórios e grupos de pesquisa e projetos de extensão têm nessa parceria inúmeras possibilidades de colocar em prática o conhecimento gerado e discutido em sala de aula. Merecem destaque o Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social (LTDS) da COPPE, o Instituto de Nutrição Josué de Castro (INJC), o Instituto de Estudos de Saúde Coletiva (IESC), os projetos de extensão Capim-Limão do Instituto de Biologia e MUDA da Escola Politécnica, além da Agência UFRJ de Inovação, principal articuladora institucional da Feira.

Algumas ações realizadas nos últimos anos demonstram a fertilidade dessa parceria. Em 2013, um projeto de extensão realizado pelo LTDS/COPPE/UFRJ buscou trabalhar aspectos relacionados à comunicação da Feira. Como produtos, desenvolveu o “Caderno de Receitas da Feira Agroecológica da UFRJ” para divulgar os usos tradicionais culinários de produtos vendidos na feira e o vídeo “Do campo ao campus”⁶ para apresentar aos consumidores o cotidiano dos produtores para viabilizar sua participação na feira da universidade.

⁶ Disponível em <https://youtu.be/OzG8LTsAW9Y>



O projeto de extensão MUDA/UFRJ é outro grupo muito atuante na relação com a AFOJO. Realiza muitas atividades em parceria com os produtores e buscam promover a troca de experiências e saberes entre os estudantes e o mundo rural. Duas atividades merecem destaque: as vivências agroecológicas, cujo objetivo é promover a aproximação consumidor-produtor, a construção do conhecimento agroecológico, valorização do trabalho dos(as) agricultores(as) e valorização do consumidor consciente; e o projeto CASA (Comunidade Acadêmica que dá Suporte à Agricultura), iniciado em 2016, norteado pelo conceito de CSA (Comunidade que dá Suporte à Agricultura), promove a venda antecipada dos produtos por meio de cestas entregues semanalmente.

Os desafios da comercialização

É nesse contexto que ocorreu a participação do curso de Gastronomia da UFRJ no projeto “Alimentos bons, limpos e justos: ampliação e qualificação da participação da agricultura familiar brasileira no movimento Slow Food”, por meio do envolvimento do professor Ivan Bursztyn e do bolsista Leonardo Martins. Dentre as atividades realizadas no âmbito do projeto, fizemos uma visita técnica para conhecer de perto os produtores da AFOJO e levantarmos informações sobre seu percurso. A atividade foi organizada pelos autores deste capítulo e contou com a presença de professores e estudantes do curso de Gastronomia da UFRJ, além de duas integrantes do Slow Food Niterói. O grupo se encontrou pela manhã no campus da Ilha do Fundão da UFRJ e seguiu de van até o município de Guapimirim, região



do Fojo, onde fomos recebidos pela família do casal Domingos e Oreni, proprietários do Sítio do Café. Após um lanche farto preparado com produtos locais, demos início à visita que percorreu três sítios de membros da Associação e, durante o percurso, conversamos sobre as dinâmicas de produção do grupo, as práticas ligadas à agroecologia, as dificuldades e desafios de se produzir e comercializar produtos orgânicos, a questão da sucessão rural e outras temáticas paralelas. Em seguida, nos dirigimos à sede da AFOJO, onde nos esperavam outros membros da Associação para uma roda de conversas e aplicação do diagnóstico FOFA. O diagnóstico foi conduzido de forma semi-estruturada, a partir do levantamento de temáticas norteadoras, como “cultivo/ produção/ processamento”, “organização”, “comercialização”, “relações institucionais” e “aspectos culturais”.

A atividade tinha como objetivo aprofundar o diagnóstico inicial realizado pelo bolsista do projeto em contato com a comunidade, focando nas temáticas da organização do grupo e comercialização dos produtos, a partir da aplicação de uma matriz FOFA e entrevista não estruturada. A visita também visava aproximar a comunidade da rede do Movimento Slow Food, trocando informações sobre o funcionamento do Movimento e estreitando as ligações com os grupos locais. Como resultados, conseguimos aprofundar no diagnóstico da realidade do grupo, aplicar a metodologia da Matriz FOFA, aproximar os participantes dos conceitos e metodologias do Slow Food e estreitar o vínculo entre o projeto e a Universidade.



Quadro 1. Análise FOFA

<p>Forças (internas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prazer pelo trabalho no campo • Conhecimento e prática com a lida da produção • Terreno fértil e acesso à água • Diversidade de produtos • Construção de uma relação de confiança com os consumidores • Relação de proximidade entre os membros do grupo (núcleos familiares) • Maquinário próprio 	<p>Oportunidades (externa)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso do selo de orgânico nos produtos, que vai ajudar nas vendas e na relação com o consumidor • Criação do Conselho de Desenvolvimento Rural Sustentável, que vai facilitar a venda institucional • Venda institucional na região (PNAE) • Aumento da renda com a venda de produtos nas feiras, o que dá estabilidade para as famílias e interessa o jovem ao trabalho • Trabalho em parceria com grupos de estudantes e iniciativas ligadas à agroecologia e projetos de extensão, que trazem motivação para o grupo, novas técnicas, práticas e ajuda na construção de estruturas e no trabalho • Turismo rural e turismo de experiência • Finalização da cozinha, que irá melhorar o trabalho (melhor estrutura) e permitir o uso do selo (condição para a certificação)
<p>Fragilidades (internas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baixa participação e desinteresse dos jovens no trabalho da produção e dinâmicas da Associação • Idade avançada dos membros do grupo • Dificuldade de transporte dos produtos (não possuem veículos próprios) • Pequenos desentendimentos internos • Pragas e animais silvestres prejudicam as plantações 	<p>Ameaças (externas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiscalização que ameaça a venda de produtos sem o selo de inspeção • Falta de atendimento dos técnicos de assistência rural (sobretudo EMATER) • Não renovação do apoio da Prefeitura para o transporte • Estradas precárias / falta de manutenção • Falta de suporte jurídico a fim de prestar celeridade à burocracia

Fonte: Elaborado pelos autores

O contexto das comunidades que integram a AFOJO é bem particular e, ao mesmo tempo, bastante representativo do universo da agricultura familiar na região Sudeste. Por um lado, o grupo já trabalha com técnicas complexas e avançadas para gerenciar o manejo e a



produção agroecológica; se organizou para formar a associação e para sustentar um processo de certificação participativa (SPG), que representa um grande desafio na relação e união dos empreendimentos; acessa o circuito de feiras orgânicas e agroecológicas em diferentes municípios, como Rio de Janeiro, Teresópolis e Magé, o que lhes garante uma clientela com alto poder aquisitivo e consciência bem desenvolvida; e, participa constantemente de encontros, intercâmbios e vivências multidisciplinares. Por outro lado, ainda tem que lidar com obstáculos básicos, como o acesso às propriedades e o transporte dos produtos, e mais complexos, como a falta de interesse e/ou articulação do poder público local para emissão de alvará sanitário e para a compra institucional, a dificuldade de concluir as obras estruturais da sede da Associação e dos espaços coletivos de produção (que impedem, por exemplo, a utilização do selo nos produtos e exige a descentralização da produção) e o baixo envolvimento dos jovens nas atividades, o que os coloca diante de uma iminente ruptura com a continuidade do trabalho.

O acesso às feiras, que permite à venda direta e a comercialização a um preço mais justo, garante não só uma possibilidade de aumento da renda, mas também da troca de experiências e construção de uma relação de confiança com os consumidores. São espaços de encontro que estimulam o trabalho e que trazem mais significado ao ato da compra de alimentos. Praticamente todos os produtos levados pelos agricultores são comercializados, portanto a perda é mínima. No entanto, é sempre importante notar a fragilidade e o desequilíbrio destas situações, uma vez que toda a renda dos agricultores depende da feira (portanto da



disponibilidade de produtos, da certeza de levá-los até a feira, da presença do cliente e da existência mesma da feira, sendo não raras as situações onde há ameaça de interrupção de feiras ou de concessão de espaços). Além dos períodos de férias, no caso das feiras realizadas dentro do campus da UFRJ.

Se os agricultores dependem exclusivamente das feiras, os consumidores dificilmente se envolvem a fundo ou estão dispostos em se comprometer, de alguma forma com a compra. A “liberdade” para escolher os produtos que se deseja comprar é muito importante nos hábitos de compra do público da cidade. As iniciativas de entrega de cestas (produtos definidos pela sazonalidade e pela disponibilidade) e de modelos como o do CSA (Comunidade que Suporta a Agricultura) são ainda muito incipientes em todo o Brasil e são estratégias que garantem uma maior estabilidade para o agricultor e preços mais baixos para o consumidor.

A experiência da AFOJO deixa bem clara as contradições destes sistemas, as dificuldades estruturais que impedem o desenvolvimento destas iniciativas e as oportunidades latentes que poderiam garantir um padrão mais elevado de qualidade de vida e de desempenho do trabalho.

A melhoria na renda e as possibilidades que se abrem com o acesso aos mercados, projetos e ambientes ligados às feiras orgânicas, à prática da agroecologia e o trabalho em grupo poderiam estimular os jovens a se envolverem nesses processos e buscarem novas formas de desenvolver o trabalho, inclusive agregando novas tecnologias capazes de melhorar ainda mais a qualidade de vida no campo. O descaso do poder





público dificulta ainda mais as tentativa de organização e de acesso a programas destinados a agricultura e a desigualdade ainda muito presente no contato com a cidade (e com os próprios veranistas e suas propriedades luxuosas na região) faz com o que o jovem não enxergue o trabalho no campo como uma perspectiva de vida possível e desejável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A aproximação entre produtores e consumidores garante a confiança nas relações e estimula ambos a se engajarem numa produção de alimentos que seja boa e justa para todos e limpa para o ambiente. O envolvimento dos jovens nas atividades aumenta com a possibilidade de geração de renda e de introdução de novas tecnologias e práticas para facilitar o trabalho.

Os intercâmbios realizados com grupos de estudantes, pesquisadores e técnicos trazem novidades para o campo e movimentam o ambiente das famílias, permitindo vivências que aprofundam a ligação das pessoas com a produção do alimento. Mais do que uma relação comercial, as relações de proximidade estabelecidas entre os produtores e membros da comunidade acadêmica da UFRJ são pautadas pelo mútuo reconhecimento, confiança e parceria. Nas palavras do produtor rural William,

“Essa parceria com a universidade é muito boa. De todas as feiras que eu participo, sinceramente, a que eu mais gosto de vir é aqui. Não pelo resultado econômico, mas até é o melhor resultado econômico. É muito mais pelo contato com as pessoas que, geralmente, aqui dentro desse espaço, as pessoas que estão aqui são mais conscientes e tem a satisfação em consumir alimentos de qualidade.”



Grupos de consumidores organizados se interessam por conhecer a produção, fazer parte de mutirões e encontros e garantem a venda de cestas semanais entregues na cidade. Com isso, melhoram sua alimentação consumindo alimentos mais saudáveis e frescos e contribuem para a sustentabilidade de um sistema que mesmo periférico e contra hegemônico garante o sustento e qualidade de vida de muitas famílias no meio rural.

Governo local e demais entidades facilitam o acesso a programas de incentivo à produção, capacitação e assistência técnica, colaboram na manutenção das estradas e demais infraestruturas e estabelecem os acordos para a compra institucional de alimentos para as escolas e demais órgãos públicos. No entanto, a recente instabilidade institucional e descontinuidade de programas de apoio ao pequeno produtor colocam em risco esse frágil arranjo produtivo.

Cozinheiros e gestores de restaurantes também se aproximam dos agricultores e do universo da produção para garantir em seus estabelecimentos alimentos saudáveis e de produção local. Unem-se aos jovens produtores para desenvolver novos produtos e se comprometem com a compra de parte da safra mensal, barateando os seus custos e agregando valor à sua atividade. A parceria entre restaurantes e pequenos produtores locais ainda é muito incipiente, mas pode representar uma importante alternativa para o escoamento da produção, principalmente devido à constância e escala dessas compras. Porém para realizar todo esse potencial os restaurantes também não podem ser meros



consumidores, devem assumir um papel ativo na coprodução desses alimentos.



REFERÊNCIAS:

- ALTIERI, Miguel; LETOURNEAU, Deborah; DAVIS, James. Agroecology. *BioScience*, vol. 33, n. 1, p. 45-49, 1983.
- BLANC, Julien. Family farmers and major retail chains in the Brazilian organic sector: Assessing new development pathways. A case study in a peri-urban district of São Paulo. *Journal of Rural Studies*, n. 25, 2009.
- CAPORAL, Francisco Roberto; COSTABEBER, José Antônio. Segurança alimentar e agricultura sustentável: uma perspectiva agroecológica. *Revista Brasileira de Agroecologia*, v. 1, n. 1, p. 87-90, 2006.
- DAROLT, Moacir Roberto. Desenvolvimento rural e consumo de produtos orgânicos. In: ARAÚJO, João B. S.; FONSECA, Maria Fernanda. (Orgs.). *Agroecologia e agricultura orgânica*. Campinas: CONSEPA, 2005. p. 11-30.
- DELGADO, Ana; STRAND, Roger. Looking north and south: ideals and realities of inclusive environmental governance. *Geoforum*, n. 41, p. 144–153, 2010.
- CORAGGIO, José Luis. Economia do trabalho. In: CATTANI, Antonio David (Org.). *A outra economia*. Porto Alegre: Veraz, 2003. p. 88-96
- LAYRARGUES, Philippe P. Educação ambiental com compromisso social: o desafio da superação das desigualdades. In: LOUREIRO,
- LOUREIRO, Carlos Frederico B. et al. (Orgs.). *Repensar a educação ambiental*. São Paulo: Cortez, 2009. p. 11-32.
- MANCE, Euclides André. *Conexão Solidarius: as fendas sistêmicas do capitalismo e sua superação sistêmica*. Passo Fundo: IFIL, 2008.
- MANZINI, Ezio. *Design para a Inovação Social e sustentabilidade: Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais*. Rio de Janeiro: Editora e-papers (2008).
- MAZZOLENI, Eduardo Mello; NOGUEIRA, Jorge Madeira. Agricultura orgânica: características básicas do seu produtor. *RER*, Rio de Janeiro, v. 44, n. 2, p. 263-293, 2006.
- PENEREIRO, F. M. *Sistemas agroflorestais dirigidos pela sucessão natural: um estudo de caso*. 1999. 138 p. Dissertação (Mestrado em Ciências) - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz. Piracicaba, 1999.
- PETRINI, Carlo. *Slow Food: Princípios de uma nova gastronomia*. São Paulo: Editora Senac, 2009.

