15123 - Transição agroecológica e Construção de Mercados na Região da Cantuquiriguaçu e Região Centro do Paraná

Agroecological transition and Construction of Markets Agroecological in the Region Cantuquiriguaçu and the Central Region of Paraná

VAZ, Jakeline Martins¹; BACK, Glaucia Keli²; PEREZ-CASSARINO, Julian³

1 Acadêmica de Agronomia. Universidade Federal da Fronteira Sul, jakeline.m.vaz@hotmail.com; 2 Acadêmica de Economia. Universidade Federal da Fronteira Sul, glaucia.back@gmail.com; 3 Professor Adjunto. Universidade Federal da Fronteira Sul – Campus Laranjeiras do Sul – PR. julian.cassarino@uffs.edu.br

Resumo: A região da Cantuquiriguaçu e a região Centro Paraná estão criando uma dinâmica de produção agrícola de base ecológica. Fez-se um estudo sobre formas de construção de mercados agroecológicos, para entender os canais de comercialização que os agricultores que participam acessam e gostariam de acessar. Chegou-se a conclusão que os mercados mais acessados são convencionais, mas existe um grande número de agricultores que já acessam mercados alternativos de comércio (feiras e mercado institucional), e grande número de agricultores têm interesse em acessar esses canais.

Palavras-chave: Comercialização; alimento ecológico; feiras; mercados institucionais.

Abstract: The region of Paraná Cantuquiriguaçu and Centro, are creating a ecological dynamic of the agricultural production, became a study on ways of building agroecological markets, to understand the marketing channels that farmers participate and access and would like to access. Reached the conclusion that markets are accessed more conventional, but there are a large number of farmers who have access to alternative markets trade (fair market and institutional), and many farmers are interested in accessing these channels.

Keywords: Commercialization; ecological food, fair, institutional markets.

Introdução

As regiões Centro Paraná e Cantuquiriguaçu vêm demonstrando grande potencial para a agricultura de base ecológica, com a produção agroecológica, nasce a necessidade de se criar e ampliar mercados para a agroecologia.

As organizações que promovem a agroecologia vêm dando ênfase para uma leitura de todo o sistema agroalimentar, expondo a necessidade de se desenvolver formas sustentáveis de produção juntamente com o aprimoramento de mecanismos diferenciados de comercialização. (PEREZ-CASSARINO e DAMASCENO, 2013). Darolt (2013) discute a necessidade de se diminuir a distância entre consumidores e produtores, reinventando os mercados locais estimulando a aquisição e produção de alimentos de base ecológica.

Os autores Niedzielski et al (2008) e Jalfim et al (2008) discutem em seus trabalhos feiras ecológicas uma das formas alternativas de comercialização mais utilizadas na agroecologia. No caso de Schimitt e Guimarães (2008) e Grisa et al (2011) a discussão é acerca da importância do mercado institucional para os atuais e futuros agricultores ecológicos. Magnanti (2008) destaca o caso do circuito da Rede Ecovida de Agroecologia como alternativa.

Ademais, os mercados agroecológicos se caracterizam pela criação de espaços alternativos de abastecimento de alimentos, onde a construção de relações de solidariedade e reciprocidade se sobrepõe aos valores puramente mercantis, sendo mais adequados à realidade da agricultura familiar (PEREZ-CASSARINO e DAMASCENO, 2013). Darolt (2013) diz que os mercados atuais moldados para a agricultura industrial têm homogeneizado algumas paisagens rurais, isso vem desfavorecendo os pequenos agricultores que não conseguem competir com grandes produtores que produzem em grande escala. Por isso da necessidade de se criar mercados alternativos para a agricultura familiar e de base ecológica.

Alternativas como redes de comercialização agroecológica, feiras, venda direta, venda institucional (DAROLT, 2013), fortalecem a ideia de que a agricultura familiar é a grande responsável pela produção de alimentos de qualidade para a população.

Além disso característica desta estratégia é o desenvolvimento regional proporcionando por estas redes de comercialização. Este trabalho surge pela necessidade de se desenvolver estudos na área de comercialização de produtos agroecológicos na região, pois é crescente o número de agricultores engajados na produção de alimentos ecológicos.

A partir desta concepção, este trabalho tem a intenção de analisar como se organiza a construção dos mercados na Agroecologia na Região Cantuquiriguaçu e Região Centro Paraná.

Metodologia

O presente artigo pode ser considerado uma pesquisa do tipo exploratória, predominantemente qualitativa, com a coleta de dados primários através questionário e analisados mediante estatística descritiva. Inicialmente foi coletada uma amostra de 110 questionários que posteriormente foram tabulados e analisados com auxílio do programa PASW statistics 18. A coleta de dados foi realizada pelo conjunto de bolsista do Programa de Educação Tutoria (PET), PROEXT e CNPq no ano de 2011-2012.

Os questionários foram aplicados pelo projeto da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), *campus* Laranjeiras do Sul-PR, intitulado “Desafio da Construção de uma Universidade Comprometida Com a Agroecologia: Uma Nova Proposta” financiado pelo MDA/CNPq. Os questionários foram aplicados visando o levantamento da demanda de pesquisa e extensão da UFFS no campo da agroecologia. Estes foram direcionados a agricultores que fazem parte da Rede Ecovida de Agroecologia, do núcleo Luta Camponesa, localizado nas regiões Centro Paraná e região da Cantuquiriguaçu, agricultores esses que estavam ou tinham a intenção de iniciar a transição agroecológica.

Resultados e discussões

Dos dados levantados nos questionários, foram selecionadas aqui as questões relativas ao perfil de comercialização dos agricultores em transição na região. Desta forma, pode-se observar os mercados acessados por esses agricultores, a satisfação dos agricultores em relação aos canais de comercialização e quais eram

os mercados que esses agricultores gostariam de poder acessar. A partir desta análise, procura-se avaliar, no que tange à construção dos mercados, qual o potencial de transição das famílias em questão.

As tabelas abaixo revelam as principais informações sobre o perfil e os desejos dos agricultores que estão ou pretendem iniciar a transição agroecológica.

Tabela 1. Formas de comercialização acessadas pelos agricultores.

Formas de comercialização	Nº de Agricultores Que comercializam	Porcentagem
Cooperativas	57	51,8%
Mercado Institucional	48	43,6%
Feira	29	26%
Laticínios	23	20,9%
Atravessadores	15	13,6%
Mercados locais	8	7,3%

Fonte: Elaboração dos autores

*Os agricultores normalmente acessam mais de um canal de comercialização.

Tabela 2. Tabela de satisfação dos agricultores com os canais de comercialização acessados

Satisfeito com os canais de comercialização?	Número de Agricultores	Porcentagem
Sim	57	51,8%
Não	46	41,8%
Não Respondeu	7	6,4%
Total	110	100%

Fonte: Elaboração dos autores.

Tabela 3. Alternativas de comercialização que os agricultores gostariam de acessar

Alternativas De Comercialização	Número De Agricultores
Programas De Governo	47
Feiras	38
Mercados Locais	27
Mercados Regionais	22
Venda Direta	4
Cooperativas	3
Agroindústria	3
Ampliar Existente	2
Venda Através De Sindicato	1
Frigoríficos	1
Rota De Comércio	1

Fonte: Elaboração dos autores.

Na tabela 1 pode-se averiguar as principais formas de comercialização acessadas pelos agricultores da região. Constata-se que, 51,8% dos agricultores fazem suas vendas para cooperativas da região, que adquirem principalmente soja, milho e feijão. A segunda maior forma de circulação de produtos é o mercado institucional, onde 43,6% dos agricultores acessam, seguindo por 26% dos agricultores que negociam através das feiras e outra forma de transação na região é a escoação de leite aos laticínios que corresponde a 20% dos produtores.

Apesar de todos os agricultores conseguirem acessar algum tipo de mercado, a tabela 2 revela que mais da metade dos agricultores não estão satisfeitos com os canais de comercialização por eles acessados (51,8%), informação que corresponde às análises feitas por Darolt (2013) e Perez-Cassarino (2013), de que os mercados 'convencionais' não têm se mostrado adequados à realidade da agricultura familiar, pelo contrário têm sido meio para a exclusão social e produtiva destes.

Na tabela 3, encontra-se as alternativas que os agricultores teriam preferência em acessar, percebe-se uma maior inclinação por parte dos produtores a opção de programas de governo, citada por 47 deles; seguida pelas feira livre referenciada por 38 agricultores e os mercados locais e regionais que foram alternativas de 27 e 22 respectivamente. Vale ressaltar que os agricultores eram livres para mencionar quantas opções de comercialização eles achassem necessárias.

Neste sentido, verifica-se que os agricultores da região, possuem um conhecimento a respeito das formas de comercialização mais aconselhável para a agroecologia, refletindo o desejo de arquitetar mercados peculiares as estratégias agroecológicas, de construções sociais de mercados (SCHMITT e GUIMARÃES, 2008; PEREZ-CASSARINO, 2013; DAROLT, 2013). Este desejo revela a potencialidade destas famílias em realizar seu processo de transição, pelo menos no que tange aos aspectos vinculados à comercialização, pois assinalam formas características de comercialização do campo da agroecologia como aquelas que pretendem construir ou acessar futuramente.

Conclusões

Os mercados que abordam características estratégicas da agroecologia já se encontram empregados por agricultores da região estudada, conforme demonstrado nos percentuais expressivos analisados neste artigo. Entretanto formas convencionais de comercialização também seguem sendo acessadas, porém a insatisfação neste tipo de circuito mercantil é superior se comparada às cadeias curtas. Desta forma, os canais de comercialização mais cobiçados para serem acessados pelos agricultores são, os mercados institucionais, locais e regionais e as feiras. Logo, conclui-se que a construção de mercados agroecológicos é a alternativa desejada pelos agricultores, uma vez que esta concepção favorece o processo de transição ao modo de produção agroecológico, na medida em que estes produtores demonstrem conhecimento e interesse em construir estas alternativas de comercialização.

Agradecimentos

Ao projeto “Desafio da construção de uma universidade comprometida com a agroecologia: uma nova proposta” financiado pelo MDA/CNPq. Ao projeto PET Conexão dos Saberes Agroecologia e Políticas Públicas financiado pelo MEC. Agradecimento especial aos agricultores dos municípios de Campo Bonito, Palmital, Porto Barreiro, Quedas do Iguaçu, Rio Bonito do Iguaçu, Santa Maria do Oeste, Goioxim, Guaraniaçu, Laranjal, Laranjeiras do Sul e Nova Laranjeiras, por terem participado da pesquisa com tanta paciência e compreensão.

Referências bibliográficas:

- DAROLT, Moacir Roberto. **Circuitos Curtos de Comercialização de Alimentos Ecológicos: Reconnectando Produtores**. Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura 2013. Disponível em <<http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2013/07/AGROECOLOGIA-praticas-mercado-s-e-politicas.pdf>> Acesso em 19 jul. 2013.
- GRISA, Catia; SCHIMITT, Claudia Job; MATTEI, Lauro Francisco; MALUF, Renato Sergio e LEITE Sergio Pereira. Contribuições do Programa de Aquisição de Alimentos à segurança alimentar e nutricional e à criação de mercados para a agricultura familiar. **Revista Agriculturas experiências em agroecologia**. 2011. Disponível em <http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2011/11/Agriculturas_Setembro2011_site.pdf> Acesso em 22 jul. 2013.
- JALFIM, Felipe; SANTIAGO, Fábio; VIDAL, Maria Sarah. Promovendo feiras agroecológicas no semi-árido brasileiro: a experiência do Projeto Dom Helder Câmara. **Revista Agriculturas experiências em agroecologia**. 2008. Disponível em <http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2011/05/Agriculturas_v5n2.pdf> Acesso em 22 jul. 2013.
- MAGNANTI, Natal João. **Circuito Sul de circulação de alimentos da Rede Ecovida de Agroecologia**. Disponível em <http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2011/05/Agriculturas_v5n2.pdf> Acesso em 23 jul. 2013.
- NIEDZIELSKI, Aires; MARQUES, Anésio da Cunha & BONA Luis Cláudio. Trajetória e desafios da construção de mercados locais para a agricultura ecológica em Porto União (SC) e União da Vitória (PR). **Revista Agriculturas experiências em agroecologia**. 2008. Disponível em <http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2011/05/Agriculturas_v5n2.pdf> Acesso em 21 jul. 2013.
- PEREZ-CASSARINO, Julian; FERREIRA, Anjela Duarte. Damasceno. **Agroecologia, Construção Social de Mercados e a Construção de Sistemas Agroalimentares Alternativos: Uma leitura a partir da Rede Ecovida de Agroecologia**. Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura. 2013. Disponível em <<http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2013/07/AGROECOLOGIA-praticas-mercado-s-e-politicas.pdf>> Acesso em 20 jul. 2013.
- SCHIMITT, Claudia Job; GUIMARÃES, Leonardo Alonso. O mercado institucional como instrumento para o fortalecimento da agricultura familiar de base ecológica. **Revista Agriculturas experiências em agroecologia**. 2008. Disponível em <http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2011/05/Agriculturas_v5n2.pdf> Acesso em 22 jul. 2013.