



GRUCA (Grupo para Consumo Agroecológico): autogestão e cooperação entre consumidores e produtores da Feira Orgânica de Belém e do Assentamento Mártires de Abril (Mosqueiro – Belém – Pará)

GRUCA (Agro-ecologic Group for Consuming): Self-management and cooperation among costumers and producers in the Organic Fair of Belem and in Martires de Abril [April Martirs] Settlement (Island of Mosqueiro, Belem, Pará)

GONZAGA, Noel Bastos¹; GUERRA, Gutemberg Armando Diniz²; ROCHA, André Carlos de Oliveira³

1 Sítio Velho Roque, noelbastos@yahoo.com.br; 2 Universidade Federal do Pará, gguerra@ufpa.br; 3 Universidade Federal Rural da Amazônia, agro.andre@yahoo.com.br

Resumo: Este artigo descreve a experiência de um grupo de consumo responsável, inspirado nos princípios da Economia Solidária. A ação de comprar coletivamente é feita através da organização da oferta e procura de produtos da Feira dos Produtores Orgânicos de Belém e do Assentamento Mártires de Abril, materializados em uma planilha divulgada previamente entre consumidores da Região Metropolitana de Belém, que nela fazem seus pedidos e posteriormente recebem seus produtos nos *paneiros cabanos*. Além dos produtos dessa compra coletiva, os consumidores dividem o custo do transporte, visitam os produtores em seus lotes de produção e partilham informações sobre o processo produtivo e de vida dos ofertantes. Iniciada em novembro de 2014, a experiência foi registrada como exercício acadêmico no Curso de Especialização em Agricultura Familiar e Desenvolvimento Agroambiental na Amazônia do Núcleo de Ciências Agrárias e Desenvolvimento Rural – NCADR, da Universidade Federal do Pará.

Palavras-Chave: consumo responsável; agricultura familiar; agroecologia; economia solidária.

Abstract: This study describes the experience of a responsible consume group, inspired on the principles of the Solidary Economy. The action of group buying is done by the supply and demand organization of the Organic Fair of Belem and the *Martires de Abril* Settlement, on a spreadsheet previously published among costumers of the Greater *Belem*, ordering and afterwards receiving products in a place named *Paneiros Cabanos*. Besides group buying products, costumers share transport costs, visit producers in their site and share information about productive process and their lifestyle. Established in November 2014, this experience has been registered as an academic exercise in the Family Agriculture and Amazon Agro-environment Development Course in the Center for Agrarian Sciences and Rural Development – NCADR, in the Federal University of *Para*.

Keywords: Responsible consumer; Family agriculture; Agro-ecology; Solidary economy.

Contexto

O ser humano é, por natureza, consumidor. Consome oxigênio, alimentos, objetos e informação. Produz informação, gás carbônico, resíduos orgânicos e inorgânicos. O



ser humano é um sistema aberto, no sentido de que está sempre consumindo energia e demandando energia.

Avançou no tempo e seu consumo se materializa principalmente pela compra. Vive e trabalha para produzir sua existência. Compra suas coisas e também seus alimentos.

Com a Revolução Industrial do século XIX se inicia um processo de mudanças nas relações de produção e consumo que se acentua com a Revolução Verde, na cadeia de alimentos, no século XX. Diante desse padrão de consumo pergunta-se: quem ganha e quem perde com este modelo de consumo?

Pensando de forma crítica nessas questões e inspirados nos ideais e ideias da economia solidária surgem no Brasil, a partir dos anos 90 do século XX, os grupos de consumo responsável, que através das compras coletivas, buscam uma aproximação e sensibilização junto ao universo do “povo que produz”, em especial os alimentos, e a partir daí (re)criam formas de relação, como sintetiza Midori *et al* (2009):

A ação de comprar coletivamente, direto dos produtores, potencializa a comunicação entre dois elos de uma cadeia que se encontra cindida no modelo das compras em supermercados. O simples encontro e contato entre consumidores e produtores promovem uma economia balizada por vínculos de confiança e afeto. As compras coletivas fortalecem a construção de novos espaços, estruturados por relações autogestionadas e cooperativas, menos hierarquizadas, e que permitem, pelo dinamismo que promovem, ações cada vez mais criativas entre seus participantes.

Acreditamos que (i) o processo de desenvolvimento do grupo em seu contínuo caminho para a autogestão e (ii) a aproximação dos universos do consumidor e do produtor, se apresentam como partes de um processo complexo de ação-reflexão-ação (FREIRE, 2005), de construção de saberes durante a prática e sobre a prática e insere o ato de consumir como atividade tática que desemboca em uma “politização das práticas cotidianas”. (CERTEAU apud ACCIOLY, 2011).

Descrição da experiência

A partir da experiência pessoal buscou-se aglutinar pessoas que formassem um grupo de consumo responsável como uma maneira de (re)criar sua relação de consumo, em especial dos alimentos, e quisessem concretizar esse desejo através



das ações do grupo, em especial das compras coletivas e entregas dos *paneiros cabanos*¹ com os produtos e das visitas aos produtores(as).

Registrou-se o processo de desenvolvimento do GRUCA que consistiu em: reuniões dos membros para decisões a respeito do funcionamento do grupo, encontros/visitas aos produtores e à Feira Orgânica de Belém, entregas dos paneiros e por último tece-se considerações sobre a experiência deste grupo de consumo responsável.

A partir das reuniões foram elaborados e acordados os seguintes pontos como propostas/premissas iniciais para o grupo:

- O grupo não visa lucro e prega a transparência. Os preços dos produtos serão os cobrados pelos produtores(as);
- Busca-se a autogestão; os associados são os responsáveis pela forma de trabalho do grupo;
- Decisões relevantes serão tomadas pelo coletivo; responsabilidades individuais devem ser assumidas para o grupo funcionar;

Também foi discutido, elaborado e definido um esquema inicial de funcionamento do GRUCA, dividido em comissões com responsabilidades específicas:

- Comissão de Acompanhamento de Produtores (COAPRO);
- Comissão de Logística (COLOG);
- Comissão de Compras e Finanças (COCOF)

Nas visitas à feira orgânica, foi iniciado o levantamento de produtores(as) e de produtos através de um formulário, que posteriormente compôs a planilha de produtores(as) e produtos, que é repassada aos consumidores, que a preenchem gerando uma planilha de pedidos. Conseguiu-se envolver 13 produtores(as) levantando-se informações de cerca de 180 produtos.

Foram realizadas visitas aos produtores(as), na quais percebeu-se que para eles a ética é fundamental. São famílias com uma produção bem diversificada e com ideias inovadoras e ecológicas. Alguns tiveram parcerias pontuais com órgãos públicos como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - EMBRAPA. As visitas

1 Espécie de cesto de origem amazônica. Cabanos, em homenagem a Revolução Cabana, ocorrida na Amazônia entre 1835 e 1837.



também serviram para construir processos de cooperação do GRUCA com as famílias de produtores.

As entregas dos paneiros são realizadas após os pedidos serem feitos via correio eletrônico, seguindo o cronograma estabelecido em reunião. O GRUCA ficou responsável pela construção das planilhas de pedidos, que são entregues aos produtores. O ponto de encontro para entrega aos consumidores foi a feira orgânica de Belém que se realiza aos domingos, na Praça Brasil ou na Praça Batista Campos.

Resultados

A experiência do grupo de consumo responsável, trabalhando a autogestão e a cooperação traz à tona grandes desafios.

É um desafio aglutinar pessoas em torno de uma prática que exige tempo e dedicação para implementar ações necessárias para que as compras coletivas e demais atividades que fazem um grupo de consumo responsável funcionar.

São desafios: conciliar os tipos de participantes (ativos – que realizam tarefas que fazem a compra coletiva acontecer e menos ativos – que fazem seus pedidos e têm pouco envolvimento nas outras tarefas); repassar conhecimentos e dividir as responsabilidades; a comunicação interna e externa; manter uma periodicidade nas entregas e a manutenção do conteúdo político do grupo.

O que essa experiência trouxe foi sobretudo o fortalecimento de vínculos e o nascimento de novos, norteados pela solidariedade e cooperação entre participantes do grupo e destes com os produtores(as). É a ação direta e o apoio mútuo defendido por Piotr Kropotkin que se materializa frente ao monstro que se julga imbatível, que é o sistema social, político e econômico da ordem vigente.

Entre os planos de ação para o futuro estão: promover e apoiar mutirões de trabalho junto aos agricultores(as); realizar um almoço de encontro entre consumidores(as) e produtores(as), privilegiando a produção local e exibição de filmes para instigar debates; construir um catálogo com os produtos e seus respectivos produtores; implementar a loja virtual do GRUCA; realizar feiras itinerantes por outros bairros aproximando famílias de periferia dos alimentos orgânicos/agroecológicos e das



questões pertinentes; e ampliar nosso leque de produtos, consequentemente conhecendo novos produtores(as).

Referências bibliográficas:

ACCIOLY, I.; SÁNCHEZ, C. **Entre o Campo e a Cidade**: Educação Ambiental Militante em um Grupo de Consumo no Rio de Janeiro. Disponível em: <link>. Acessado em

FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

MIDORI, C.; CARAVITA, R.; VERGUEIRO, J.; VON ZUBEN TASSI, M. E. Compras Coletivas e a Construção de Novas Relações entre Consumidores e Produtores: a Experiência do Grupo Trocas Verdes, Campinas-SP. **Revista Brasileira de Agroecologia**/nov. 2009. Vol. 4. No. 2.

PISTELLI, R. S.; MASCARENHAS, T. S. **Organização de Grupos de Consumo Responsável**. São Paulo: Instituto Kairós, , 2011.