



Consumo Responsável em Ação

Tecendo relações solidárias entre o campo e a cidade



organização
JULIANA RODRIGUES GONÇALVES
THAIS SILVA MASCARENHAS

Consumo Responsável em Ação
Tecendo relações solidárias entre o campo e a cidade

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
(CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO, SP, BRASIL)

CONSUMO RESPONSÁVEL EM AÇÃO: TECENDO RELAÇÕES
SOLIDÁRIAS ENTRE O CAMPO E A CIDADE / ORGANIZAÇÃO
JULIANA RODRIGUES GONÇALVES, THAIS SILVA
MASCARENHAS. — SÃO PAULO : INSTITUTO KAIRÓS, 2017.

VÁRIOS COLABORADORES.
BIBLIOGRAFIA.
ISBN: 978-85-99517-07-9

1. ALIMENTAÇÃO 2. CONSUMO (ECONOMIA) 3. ECOLOGIA
AGRÍCOLA 4. ECONOMIA SOLIDÁRIA 5. POLÍTICAS PÚBLICAS 6.
REDES SOCIAIS 7. SUSTENTABILIDADE I. GONÇALVES, JULIANA
RODRIGUES. II. MASCARENHAS, THAIS SILVA.

17-02138

CDD – 334

ÍNDICES PARA CATÁLOGO SISTEMÁTICO:

1. ALIMENTOS: PRÁTICA DE CONSUMO RESPONSÁVEL:
ECONOMIA SOLIDÁRIA 334

Consumo Responsável em Ação

Tecendo relações solidárias entre o campo e a cidade

SÃO PAULO, 2017



organização
JULIANA RODRIGUES GONÇALVES
THAIS SILVA MASCARENHAS

Sumário

PREFÁCIO por Luigi Verardo	9	PARTE 3	128
APRESENTAÇÃO	16	Diálogos com as políticas públicas	
PARTE 1	22	3.1 O consumo responsável na construção da política pública de economia solidária	133
Os desafios do acesso a produtos do consumo responsável		Felipe Vella Pateo	
1.1 Fome de mudança: os desafios da alimentação saudável e de sua democratização	27	3.2 Orgânicos na alimentação escolar: diálogos entre a sociedade civil e o poder público para a construção de uma política de Estado	147
Thais Mascarenhas e Juliana Gonçalves		Ana Flávia Borges Badue	
1.2 Alimentos sem veneno são sempre mais caros? Uma pesquisa da Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável	43	3.3 Construção coletiva entre sociedade civil e poder público em feiras orgânicas: o caso da Feira do Modelódromo do Ibirapuera, em São Paulo	167
Morgan Retière		Ana Flávia Borges Badue e Juliana Gonçalves	
PARTE 2	66	PARTE 4	180
A organização coletiva dos grupos de consumo responsável		Mobilização social nas redes, ruas e campos	
2.1 As várias faces do sistema alimentar e a experiência da Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável	71	4.1 Paisagens agrícolas da cidade de São Paulo	185
Juliana Gonçalves e Thais Mascarenhas		Regiane Nigro e Liduína Lins	
2.2 O contexto brasileiro da produção ao consumo e uma experiência baiana que constrói alternativas	88	4.2 Articulação local e os novos paradigmas nas cidades: a experiência do MUDA – Movimento Urbano de Agroecologia em São Paulo	195
Diogo Rêgo		Susana Prizendt e Vinicius Nascimento	
2.3 Integração produtores e consumidores: uma nova relação de consumo		4.3 Os desafios da democratização da informação e da internet para as iniciativas solidárias e agroecológicas	203
A experiência do SISCOS na Amazônia Mato-Grossense	100	Ligia Bensadon e Thais Mascarenhas	
Aline Olivia Paglioco Nava e Andrezza Alves S. Olival		FICHA TÉCNICA	222
2.4 Fomentando novos grupos de consumo responsável: a experiência do curso da Rede Ecológica no Rio de Janeiro	110	AGRADECIMENTOS	222
Ligia S. Bensadon e Miriam Langenbach			
2.5 A retomada da GiraSol em Porto Alegre: caminhos e descaminhos na construção de uma cooperativa de consumo responsável	118		
Gustavo Schütz e Pedro Frizo			



Prefácio

Podemos ficar um tempo sem produzir nada, ficar isolados e até nos abster de qualquer troca; porém, não podemos deixar de consumir. Enquanto seres vivos, temos a prática do consumo sempre presente. Podemos consumir pouco ou muito, mal ou bem, de forma responsável e consciente ou não. Enquanto seres humanos, além de o consumo responder pelas necessidades biológicas, existem ainda as de ordem cultural, relacional, emocional, entre outras.

Contudo, neste livro não vamos encontrar a abordagem da diversidade do consumo humano. Em poucas palavras, podemos dizer que o livro apresenta alternativas às práticas convencionais de distribuição e consumo de alimentos, estratégias do que se pode chamar de “circuitos curtos” voltados ao abastecimento agroalimentar, à organização e à interação da sociedade civil com as políticas públicas no que tange à comercialização e ao consumo de alimentos.

Normalmente visto como uma atividade isolada, praticada de forma individual e dissociada das demais atividades constituintes da cadeia produtiva, o consumo pode adquirir uma qualidade e dimensão bem mais abrangentes e satisfatórias numa perspectiva humana se visto como inserido na natureza, na cultura e na sociedade em que estamos vivendo.

O consumo também varia conforme condições econômicas, ambientais e, principalmente, históricas. Hoje é muito rara a possibilidade de extrair algo diretamente da natureza sem que antes não tenha havido uma ação humana. Não estamos falando apenas dos alimentos. A água e o ar que respiramos estão entrando cada vez mais na relação dos produtos de consumo e frutos do trabalho humano, e às vezes desumano. Não estamos fazendo referência apenas ao ar condicionado. A poluição am-

biental e sonora está cada vez mais solicitando providências e investimentos. Tomar água cristalina diretamente de uma nascente é quase impossível e cada vez mais coisa do passado. Cada vez mais a natureza perde sua naturalidade e cada vez mais se naturaliza o que não é natural. Já há quem diga que o acesso à água não é mais um direito básico, deve ser privatizado ou privado. Não é por acaso que o presidente da Nestlé, senhor Peter Brabeck, diz isso e mais: que deve ser como qualquer outro bem alimentício e ter um valor de mercado estabelecido pela lei da oferta e procura.

A relação do consumo com a natureza foi variando através da história. A partir da primeira grande revolução, a Revolução Agrícola, a humanidade, além de guardar sementes para o plantio, passou a selecioná-las. Os agricultores foram escolhendo suas sementes para melhorar seus frutos. Por conta disso, pode-se deduzir que foram preferindo determinados tipos de alimentos conforme se mostravam mais adequados ao ambiente, ao solo, ao clima em que estavam. Isso promovia uma diversidade de produtos agrícolas e de animais. Assim, de maneira geral, parece que os agricultores não escolhiam apenas uma variedade: houve cultivo da diversidade, o que permitiu, em tempos mais recentes, que a humanidade pudesse contar com diferentes tipos de arroz, feijão, milho, trigo, batata etc. Para ilustrar, vamos lembrar as aparências das espigas de milho e das vagens de feijão crioulo que subsistem até hoje. Vale a pena observar as pinturas antigas em que há imagens de trigos do tamanho do agricultor com grãos miúdos (possivelmente com pouco glúten) e frutas e milhos não tão vistosos como se apresentam hoje. Não foram os pintores que os adulteraram, foram os agricultores que os modificaram com o tempo, selecionando-os.

Ao longo da história houve desenvolvimento tecnológico que promoveu qualidade e a diversidade tão indispensável para os múltiplos ambientes, assim como para garantir a necessária

sustentabilidade. Ao contrário disso, a diminuição da diversidade e a monocultura tendem a apresentar problemas. Se as práticas de cultivar com diversidade promoveram resistência nas plantas, a monocultura e a homogeneidade causam vulnerabilidades. Já houve na história da humanidade fome e crises sociais associadas ao não cuidado de garantir a diversidade dos alimentos em determinada região. Alguém pode dizer que aquelas catástrofes não aconteceriam hoje graças aos agrotóxicos.

Então, hoje, também, graças aos eufemisticamente denominados “defensivos agrícolas” e aos “defensivos animais”, pode-se criar animais em grandes confinamentos, e em extensas áreas de monocultura com maior produtividade. Numa realidade de alta competitividade isso quer dizer: maior quantidade num menor tempo possível, objetivando maior retorno financeiro.

Se desde a revolução do Neolítico, aproximadamente há 10 mil anos, houve melhora no cultivo das plantas e animais, promovendo uma rica diversidade dos produtos alimentares, no século passado começam a ser introduzidas no processo de produção alterações genéticas (transgênicos ou OGM, Organismos Geneticamente Modificados).

Agora, a moderna tecnologia genética tem a característica de promover a homogeneização dos produtos e de tornar imprescindível a aplicação de determinados agrotóxicos produzidos por poucos laboratórios, que quase sempre estão associados aos donos das sementes e das patentes. Com isso, a agricultura deixa de ser aquela atividade econômica bastante democrática em que qualquer pessoa, depois de saborear uma determinada fruta, poderia separar algumas de suas sementes e plantá-las.

Quando o “defensivo” animal ou agrícola passa a ser elemento indispensável e integrante ao processo produtivo e à conservação das mercadorias, quando o que vale é a produtividade a qualquer preço e o determinante é o lucro, pergunta-se: O que

resta para a categoria “qualidade dos alimentos” que não seja aquela que atenda à lei do mercado e ao interesse do maior lucro possível? Se houvesse, ao menos, a presença de poder de controle de fiscalização no sentido de garantir as qualidades indispensáveis para atender aos direitos básicos da população e para a melhoria da qualidade de vida... Temos, de fato, uma situação contrária: diminuição da presença do Estado e aumento do poder econômico e político dos empresários do agronegócio (antes chamados “latifundiários”), que são os que posicionam o Brasil campeão mundial no ranking do uso de venenos. A centralidade no atendimento dos interesses do mercado e do lucro e a falta de informação e controle criam situação de desconfiança e insegurança alimentar.

É indubitável que os alimentos estão cada vez maiores, mais “bonitos”. Pela aparência eles fariam inveja aos agricultores e produtores de animais do passado. Mas são apenas essas as qualidades que queremos e precisamos dos alimentos? A raposa de O Pequeno Príncipe não nos ensinou que “o essencial é invisível aos olhos” e que, portanto, para os nossos alimentos é necessário ir além da aparência? E que para ver e conhecer não basta chegar mais perto, é preciso visualizar o conjunto que insere o objeto de desejo e de consumo?

O consumo responsável em suas ações se inscreve, para a frente e para trás, no fluxo da cadeia produtiva, incluindo produção, comercialização, consumo e suas consequências. A responsabilidade inclui a qualidade do produto, do serviço e o processo em que se dão a comercialização, a produção e o consumo. Compreende tanto as relações com as pessoas quanto as relações com a natureza. A responsabilidade, qualidade de quem responde por alguma coisa, pressupõe conhecimento dos produtos e serviços agregados a ele, e das relações sociais e de trabalho envolvidas. Além de tudo isso, responsabilidade não fica restrita à esfera teórica, supõe ação que requer, de alguma forma, também uma mudança de atitude.

As iniciativas oriundas das organizações da sociedade civil nascidas nos últimos anos no Brasil têm a característica de se fazerem presentes no espaço institucional e na vida econômica da sociedade. Com isso, pudemos conhecer e amadurecer sobre as perspectivas, os limites e os riscos da participação nas denominadas políticas públicas. A relação entre instituições públicas e organizações da sociedade civil requer saberes de ordem objetiva e principalmente subjetiva de ambas as partes envolvidas. No mínimo, são de dimensões, poderes e objetivos distintos. Porém, quando se sabe trabalhar com as diferenças, o trabalho pode promover a complementariedade de ganho para ambas as partes. Também a relação das organizações sociais – como as redes de consumo ou redes de produção, serviço e comercialização – perante o mundo do negócio é de extrema complexidade. No tocante às esferas organizacional e do negócio, as atividades são de categorias distintas e, conseqüentemente, necessitam de tratamentos distintos. É um duplo trabalho tratar da parte organizacional (participar das decisões coletivas, por exemplo, do relacionamento humano e solidário) e tratar do aspecto objetivo (que se dá em relação ao processo de trabalho no interior da rede e dele com relação à comercialização externa – ao mercado convencional).

Por fim, é importante destacar que, ao discutir o consumo responsável em ação, este livro não somente aborda as práticas que são experiências em curso, mas também propõe uma ação participativa para o consumo responsável.

Sabemos que superar os entraves que tanto nos impedem de promover a responsabilidade social e ambiental, a solidariedade e a gestão coletiva dos grupos e redes requer que se considerem as determinações que pesam sobre cada um de nós, tanto individual como coletivamente. Na nossa existência nos encontramos num mundo material e cultural que não escolhemos (Heidegger muito bem trabalhou isso). Vivemos

com muitas pessoas que não escolheríamos conviver. Vivemos numa sociedade que usa determinada forma de organização, numa situação econômica e numa cultura que nos precedem. Contudo, esses são apenas os elementos externos que demarcam nossa existência, mas não deixam de nos contaminar internamente.

Os obstáculos e as cadeias que sequestram nossas almas e nossas alegrias não estão distantes de nós: também estão em nós mesmos. Isto é, fomos educados (desde a infância, na família, nas escolas, nas empresas, nas catequeses e pelos meios de comunicação) para o individualismo, a competitividade e a dureza nas relações. As heranças culturais e psíquicas não nos abandonam de graça: são heranças, são marcas. Por conta disso, é necessário saber o que queremos e que projeto de vida nos interessa. E, a partir disso, saber o que podemos e devemos rejeitar ou deixar para trás. Com isso, teremos chance de construir o que queremos. Só seremos nós mesmos a partir do que fizermos daquilo que os outros fizeram. Somos determinados, mas podemos ter determinação e também determinar.

Sem dúvida, há necessidade de desenvolver espírito crítico e promover novas atitudes e sensibilização para novos valores. Parafraseando Shakespeare, nuvens escuras não se desfazem com simples brisas, tampouco aquelas coisas mais preciosas à vida são trazidas pela aragem matinal do novo dia que tanto desejamos. É possível que as marcas individuais e coletivas nunca nos abandonem, mas identificá-las e tratá-las permite que se construa o desejável para o amadurecimento individual e para o desenvolvimento do coletivo.

O processo de libertação das determinações e de construção voltado à autonomia não se dá pela via teórica ou de forma abstrata. É resultado de novas atitudes e de novas práticas. É fruto que nasce de novo relacionamento no trabalho, no controle coletivo das atividades econômicas.

A promoção de novas formas de relacionamento e de administração envolve necessariamente uma gama enorme de elementos que de alguma forma interferem na vivência das pessoas e dos grupos. É necessário trabalhar os conceitos, preconceitos, informações, juízos de valores que estão incorporados como naturais, assim como atitudes e gestos inconscientes. Por conta disso, afirmamos que a construção de novas relações e novas atitudes exige que se trabalhe com saberes, desejos e fantasias.

Constituir alternativas de responsabilidade social e ambiental implica trabalhar nossas escalas de valores. Elas têm a ver com as alterações no comportamento e nas práticas de interação dos indivíduos com o grupo em que convivem e trabalham no dia a dia.

Combater a dependência é mais do que se dizer “independente” (etimologicamente, dependente de si mesmo). Resta, no entanto, saber das dependências conscientes ou inconscientes que herdamos internamente. Contudo, se, de alguma forma, somos determinados pelo nosso meio, isso não nos isenta de responsabilidades. Aliás, devemos ter responsabilidades (responder pelas palavras e ações) de ordem social (relacionais), política (poderes) e ideológica (mentalidades). Quando falamos que desde o começo temos compromisso com a solidariedade nas suas acepções social, cultural e política, estamos nos referindo, antes de tudo, à solidariedade para com os que vivem do seu próprio trabalho, e não de forma geral ou abstrata. Aliás, a solidariedade não se dá apenas com o presente (com as pessoas de hoje), porque a humanidade continua e não é nada responsável e solidário gerar hoje um passivo (ambiental, social ou econômico) para as gerações futuras pagarem.

Luigi Verardo

Filósofo, educador, diretor do Instituto Kairós e um dos precursores do movimento de economia solidária

Apresentação

“A aproximação entre produtores e consumidores é essencial para democratizar o alimento de qualidade, pois, tendo acesso a arroz integral, feijão e uma verdura, orgânicos, a população será bem nutrida, com saúde física e mental, contribuindo para o bem-estar geral.”

Depoimento de **Carin Primavesi** (nutricionista) e **Ana Primavesi** (pioneira da agroecologia no Brasil) sobre este livro.

Este livro quer divulgar boas-novas e inspirar mudanças. Quer mostrar que as relações de produção e consumo podem ser diferentes das que costumamos ver por aí. Quer trazer um novo olhar para refletir sobre o consumo e sobre a produção. Quer trazer à tona alternativas possíveis de aproximação entre consumidor e produtor, em que as cadeias comerciais podem ser mais curtas, inclusivas, transparentes e sustentáveis. Também quer ir além da reflexão e estimular uma postura ativa do consumidor, ao olhar para além de si e se perceber como sujeito implicado na sociedade em que vive, capaz de contribuir para mudar paradigmas no atual modo de produção e consumo. De outro lado, quer fomentar práticas de produção que valorizem a cultura local, respeitem a natureza, baseiem-se em relações de trabalho democráticas e estejam articuladas em rede com outros produtores e conectadas a consumidores em circuitos curtos de comercialização. Quer mostrar a potencialidade de mudanças individuais que se coletivizam e transformam a casa, o bairro, o território, podendo crescer, repercutir e inspirar cada vez mais e mais gente. E quer que as experiências coletivas e democráticas sejam reconhecidas e valorizadas em sua potência transformadora, multiplicando-se e recriando-se em todos os cantos. Em outras palavras, quer estimular a mo-

bilização social por meio da disseminação de experiências que buscam novos caminhos, em meio às contradições dos atuais padrões de produção, comercialização e consumo, apontando seus desafios e potencialidades.

Estes escritos partem da reflexão e problematização do modelo de desenvolvimento predominante em nossa sociedade. A forma como vivemos, consumimos, produzimos e nos relacionamos vem se afirmando como insustentável, e precisa urgentemente se reinventar, o que passa também por reconhecer e incentivar as reinvenções que já estão em curso. Vivemos tempos extremamente preocupantes quanto às consequências do padrão de consumo atual, em que a produção de novas neces-

sidades é incessantemente estimulada. Para o so-

1 | BAUMAN, Z. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

ciólogo Zygmunt Bauman¹, o consumo tem raízes tão antigas quanto os seres vivos, é uma atividade cotidiana. Porém, enquanto o consumo constitui uma característica e ocupação de todos os indivíduos, o consumismo é um “atributo da sociedade”, em que os desejos são crescentes e os objetos destinados a satisfazer as necessidades são constantemente substituídos.

Mas de que outra forma nossa sociedade poderia se organizar para diminuir as desigualdades sociais e estabelecer uma relação mais saudável com a natureza? Essa questão exige que consideremos uma noção de desenvolvimento em que a economia esteja baseada em princípios e parâmetros que não sirvam ao lucro e ao acúmulo de alguns poucos, mas que, em vez disso, se preocupem com todos os cidadãos. É preciso que o desenvolvimento seja discutido e construído para todos e por todos.

No contexto do sistema alimentar, ao mesmo tempo globalizado e concentrado nas mãos de poucos, os desafios são inúmeros. No campo da produção, as consequências vão desde as injustiças econômicas e sociais, como as condições degradantes de trabalho e a falta de estrutura fundiária mais justa, até os

impactos ambientais, como a degradação do solo e a perda da biodiversidade. Do lado do consumo, alguns dos efeitos claramente percebidos são a insegurança alimentar, o desperdício e a desconfiança em relação à qualidade dos alimentos. Além desses, os danos à saúde coletiva são graves tanto para o trabalhador como para o consumidor. É urgente, portanto, repensar a lógica predominante de distribuição de alimentos, que conecta a produção e o consumo, para que o tema ganhe mais relevância no debate público e novas alternativas sejam viabilizadas.

No campo do consumo, vemos a necessidade de ações individuais e coletivas conectadas a questões estruturais da sociedade. Quando o consumidor compra algo, está contribuindo para financiar a cadeia de produção-distribuição-comercialização-consumo daquele produto, gerando reflexos econômicos, ambientais e sociais, positivos ou negativos. Portanto, a escolha do que consumir pode ser entendida como um ato político. E isso vale tanto para indivíduos como para coletivos, produtores, organizações ou governo, ou seja, todos aqueles que consomem. É importante que a escolha do que consumir seja feita de maneira responsável, isto é, tendo clareza e consciência do que se está escolhendo e quais as consequências dessa escolha e, para além disso, assumindo a responsabilidade dessas escolhas, a partir de uma postura ativa e transformadora na realidade. Podemos começar agindo no território, mas as ações em âmbito local devem estar conectadas com uma motivação que é fruto de uma percepção estrutural, mais ampliada da sociedade.

Para discutir essas questões de fundo, o livro parte da problematização dos padrões atuais de consumo, sobretudo na cadeia de alimentos, passando pela reflexão sobre o consumo responsável e a apresentação de experiências práticas de aproximação entre consumidores e produtores. Assim, sem fórmulas mágicas, mas com uma dose de “realismo esperançoso” (sem ser o pessimista chato nem o otimista tolo, como diria Ariano Suassuna), os textos trazem reflexões e práticas que

buscam tratar de questões como: Uma outra forma de produção e consumo é possível? De que forma o encurtamento das cadeias comerciais e a aproximação entre produtores e consumidores podem contribuir para isso? Como os territórios podem construir suas próprias soluções? Como as políticas públicas podem facilitar e estimular esses processos? De que maneira o controle social exercido pela sociedade civil pode ajudar a construir e transformar as políticas públicas? Como a mobilização social, nas redes e nas ruas, pode estimular a produção agroecológica e orgânica nas metrópoles? E quais são os limites entre o rural e o urbano nas cidades?

Buscar informações e entender esse contexto da sociedade de consumo é somente um primeiro passo, mas não é suficiente para transformá-la. Cada vez mais, será necessário que o consumidor, para além de assumir mudanças individuais, seja estimulado a atuar de forma ainda mais ativa na construção coletiva de outras práticas. Isso reforça a relevância dos textos a seguir, que trazem reflexões e experiências que buscam ressignificar as relações entre os envolvidos nas cadeias comerciais, especialmente no abastecimento agroalimentar, no contexto brasileiro.

Os textos trazem experiências tanto dos integrantes da equipe do Instituto Kairós, que já vem trabalhando com o tema do consumo responsável desde o ano 2000, como de parceiros convidados envolvidos em movimentos e organizações que atuam no tema. São integrantes de grupos de consumo responsável, pesquisadores, técnicos e militantes, que contribuíram compartilhando suas experiências e esforços para a promoção do consumo responsável, da agroecologia, da agricultura familiar e da economia solidária. Agradecemos imensamente a parceria e participação.

Na primeira parte, abordamos o contexto dos desafios do acesso dos consumidores a produtos da agricultura familiar agroecológica, do comércio justo e solidário e da economia solidária,

ênfatisando o entendimento da alimentação adequada como direito e a necessidade de sua ampliação para toda a população, e não apenas para uma parcela. Destacam-se aqui as primeiras análises realizadas sobre pesquisa comparativa de preços de alimentos convencionais e sem veneno, realizada em diferentes canais de comercialização (supermercados, feiras e grupos de consumo responsável), em cinco cidades do país, com coleta de dados mensais durante um ano.

A segunda parte traz diferentes experiências que integram a Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável. São iniciativas locais que promovem a interação entre produtores e consumidores, por meio do encurtamento das cadeias comerciais, e estão presentes em diferentes regiões do país, da Amazônia Mato-Grossense ao Sul do país, passando por Nordeste e Sudeste.

A terceira parte traz alguns diálogos entre as experiências de produtores e consumidores articulados e a construção de políticas públicas. A relação entre o consumo responsável e a política pública de economia solidária de âmbito nacional; a conquista de lei municipal que trata da inclusão progressiva dos alimentos orgânicos na alimentação escolar em São Paulo; e o controle social nas feiras agroecológicas.

Na quarta parte, trataremos da mobilização social nas redes e nas ruas e das fronteiras entre o urbano e o rural. A experiência do MUDA – Movimento Urbano de Agroecologia de São Paulo, localiza o consumo que extrapola as relações comerciais, a partir da experiência de consumidores-cidadãos-ativistas. Também são abordadas as fronteiras entre urbano e rural nas cidades por meio de experiências de cultivo agroecológico nas regiões leste e sul paulistanas. Buscando situar essa temática em um contexto mais amplo da vida contemporânea, são discutidas as possibilidades de interação no universo digital e o desafio da democratização da internet no Brasil, à luz de experiências da economia solidária e do consumo responsável.

A leitura dos artigos pode ser feita de maneira independente, e as questões abordadas em cada um deles, situadas em diferentes regiões do país, estão interligadas e apresentam desafios e soluções que têm muito em comum. Isso porque, para além das peculiaridades de cada contexto geográfico, social e político, possuem reflexões complementares que buscam resgatar e valorizar relações através da conexão entre campo e cidade e desenvolver estratégias para a solução de problemas a partir de arranjos coletivos.

A elaboração deste livro integra as ações do Instituto Kairós com a Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho (SENAES/MT), por meio do projeto Produção e Consumo Responsável nas Redes Territoriais – Cooperação e Articulação Federativa para o Comércio Justo e Solidário, que buscou estimular a articulação entre produtores e consumidores responsáveis e fortalecer a Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável.

Este livro é também um convite. Desejamos que sua leitura possa inspirar a colocar *o consumo responsável em ação!*

Equipe Instituto Kairós



Os desafios do acesso a produtos do consumo responsável

Nos estudos sobre segurança alimentar e nutricional, há um amplo debate que busca situar o problema da fome e do abastecimento alimentar no mundo, indicando tratar-se menos de gargalos na capacidade produtiva e mais de desigualdades, como na distribuição de renda e de terras. A fome como flagelo fabricado pelos homens contra outros homens, como denunciou Josué de Castro, no livro Geografia da fome, atento à dimensão social da questão. Embora o problema persista, nos últimos anos houve uma considerável melhora no campo da segurança alimentar e nutricional (SAN) no Brasil. Desde 2010 nossa Constituição reconhece a alimentação como um direito social. A Lei de Segurança Alimentar e Nutricional, de 2006, afirma que é direito de todos o acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente.

Promover o acesso não somente a alimentos, mas sobretudo a alimentos de qualidade, que podem ser entendidos como provenientes da agricultura familiar de base agroecológica, é um dos grandes desafios para o exercício do

consumo responsável na alimentação. Em sua primeira parte, este livro apresenta dois artigos que desenvolvem reflexões a partir dos seguintes enfoques: o desafio da democratização de alimentos de qualidade e o paradigma do preço mais alto desses alimentos.

O primeiro artigo aporta elementos teóricos sobre o acesso aos alimentos de qualidade e apresenta a experiência concreta do MICC—Movimento de Integração Campo e Cidade, grupo que há mais de vinte anos viabiliza a entrega de kits de hortaliças de pequenos produtores, a preços justos, em bairros periféricos da zona leste da cidade de São Paulo.

O segundo texto focou na questão do preço dos alimentos, buscando responder à pergunta “alimentos sem veneno são sempre mais caros?”. Nele, são apresentados os resultados de uma pesquisa comparativa de preços de alimentos orgânicos e convencionais, realizada com a colaboração da Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável, ao longo de um ano, em cinco cidades do país.

1.1

Fome de mudança:

os desafios da alimentação saudável
e de sua democratização

THAIS MASCARENHAS

JULIANA GONÇALVES

*“A terra e a democracia aqui não se encontram.
Negam-se, renegam-se.
Por isso, para se chegar à democracia
é fundamental abrir a terra,
romper essas cercas que excluem e matam,
universalizar esse bem...”*

Betinho (1994)

“Você tem fome de quê?” A pergunta surge da canção “Comida”, dos Titãs, em 1987, no contexto da redemocratização do país, e tanto aponta para os desafios do acesso à comida como o extrapola para a fome de democracia, diversão, arte e cultura.

A liberdade de não sentir fome e, mais do que isso, o acesso à alimentação saudável são condições fundamentais para as pessoas viverem. No Brasil, assim como a educação, a saúde, o trabalho e a moradia, a alimentação adequada e saudável é considerada um direito universal, garantido na Constituição. No entanto, seu reconhecimento só aconteceu mais recentemente, em 2010.

Não enxergar o problema da fome de modo restrito, olhando apenas os números da produção e de habitantes, é até hoje um

desafio. De maneira errônea, o problema da fome no mundo muitas vezes é visto como um problema de falta de produção, ou seja, não seria produzida quantidade de comida suficiente para abastecer a população mundial. Isso justificaria um tipo de produção de alimento em escala que compromete a nossa saúde e o meio ambiente. No entanto, já sabemos que isso não é verdade. Produzimos quantidade suficiente. O problema é o acesso. Ou seja, é mais uma questão de preços e salários do que de crescimento populacional e produtividade agrícola. Isso é o que diz o economista indiano Amartya Sen (que recebeu o Prêmio Nobel em 1998). Segundo ele, “não é a falta de alimentos a causa da fome, mas a insuficiência de renda para comprar comida”.

A questão da fome é complexa e se relaciona com diversas outras áreas do conhecimento. O geógrafo pernambucano Josué de Castro, especialista no tema desde os anos 1940, entendia a fome de maneira multidisciplinar, relacionada à agricultura, à nutrição, ao latifúndio, à sociologia, à economia e à política. Essa visão serviu como base para os movimentos sociais e as políticas públicas no tema, inspirando a atuação do Fórum Brasileiro de Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (FBSSAN), o Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (Consea) e a criação do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), por exemplo.

Assim, a complexidade da questão da fome evoluiu para o tema da segurança alimentar e nutricional e deste para a soberania alimentar. A ideia de segurança alimentar, segundo a FAO (Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação), “significa que as pessoas podem produzir suficientes alimentos, ou comprá-los, para satisfazer suas necessidades diárias a fim de levar uma vida ativa e saudável”.

Já a soberania alimentar vai além, pois abrange também as condições de produção e escolhas coletivas acerca da alimen-

tação. Segundo a Via Campesina Internacional (por meio de seu integrante Movimento dos Pequenos Agricultores), a soberania alimentar é:

(...) o direito dos povos a definir suas próprias políticas e estratégias sustentáveis de produção, distribuição e consumo de alimentos que garantam o direito à alimentação a toda a população, com base na pequena e média produção, respeitando suas próprias culturas e a diversidade dos modos camponeses de produção, de comercialização e de gestão, nos quais, a mulher desempenha um papel fundamental.

Dessa forma, é fundamental levar em conta a forma de produção, de comercialização e de consumo dos alimentos. No campo da produção, destacam-se como diretrizes a conservação da biodiversidade, a utilização sustentável dos recursos nos processos de produção de alimentos e a promoção da agricultura familiar e das práticas de agroecologia.

1 | Entrevista com Michael Pollan, realizada na ocasião do lançamento de seu livro *Cozinhar: uma história natural da transformação* (2014):

goo.gl/CDWAzs

Refletindo sobre o atual sistema alimentar, Michael Pollan¹, jornalista americano estudioso do tema, disse que, em relação ao abastecimento alimentar por meio de uma agricultura mais sustentável, os estudos vêm se aprimorando, e esse é um processo em construção. É preciso reconhecer que está falhando a tentativa de alimentar o mundo através do modelo industrial, pois, em tese, há comida

para todos, mas nem todos têm acesso. Há ainda a questão do desperdício de alimentos: 40% é jogado fora. Além disso, há comida que alimenta carros: no Brasil usa-se a cana para o etanol, e nos EUA o milho. Atualmente, a comida industrializada alimenta apenas 40% da população. A maior parte do mundo ainda se alimenta do que é produzido em menor escala. A pergunta que se coloca é: A comida industrializada resistirá num contexto global de mudanças climáticas? Se houvesse mais investimento

na agricultura familiar de base agroecológica, haveria enorme crescimento produtivo, sem ter que recorrer à industrialização.

Fica então a pergunta: O modelo de produção agroecológica seria capaz de acabar com a fome e sustentar toda a população mundial? Diante dessa questão, diversos estudos vêm sendo realizados nos campos da produção e alguns no campo do consumo.

Em relação ao consumo, o professor doutor Carlos Armênio Khatounian (Esalq/USP) afirma ser essencial a reeducação dos consumidores, para se tornar possível um abastecimento seguro, uma boa nutrição e a preservação dos recursos naturais. Isso está em consonância com o *Guia alimentar para a população brasileira* do Ministério da Saúde (2014), que recomenda privilegiar o consumo de alimentos *in natura* ou minimamente processados. Ou seja, comer “comida de verdade”. Essa reeducação também está associada à superação de certa monotonia alimentar, ou seja, estamos acostumados a utilizar os mesmos ingredientes, que muitas vezes não são alimentos da época e/ou tiveram que percorrer longas distâncias para chegar ao nosso prato, pois tampouco são característicos do nosso território. Plantar produtos fora da época exige maior uso de agrotóxico, ao passo que, quando se cultivam alimentos típicos e da época, é possível produzir em quantidade e com qualidade.

No campo da produção, um estudo publicado em 2015 por John Reganold e Jonathan Wachter, da Universidade Estadual de Washington, questiona se a agricultura orgânica poderia alimentar 10 bilhões de pessoas no mundo até 2050 sem expandir as áreas agrícolas. Ao comparar quinhentos cenários de produção de alimentos, afirmam que a agricultura orgânica pode produzir alimentos suficientes para toda a população, se as pessoas tiverem uma dieta à base de mais plantas e menos carne, e gera mais benefícios socioeconômicos, ambientais e de saúde do que a agricultura convencional. E, em relação ao processo produtivo, as fazendas com produção orgânica tendem a ter solo com me-

lhor qualidade e menos erosão do que as fazendas com produção convencional, além de ter maior biodiversidade de plantas, animais e insetos e maior diversidade genética. Além disso, geram mais empregos e com melhor qualidade (com menos exposição a pesticidas e outros químicos). Ou seja, as externalidades negativas da agricultura convencional (como os custos ambientais e sociais) são superadas na agricultura orgânica.

Ainda, estudos específicos que se focam na agricultura orgânica de pequenos produtores mostram a alta capacidade produtiva da agricultura agroecológica, aliada ao maior acesso aos alimentos, por meio de circuitos curtos de comercialização. A produção agroecológica seguida da comercialização local permite que o produto chegue a um preço mais acessível ao consumidor. Esses arranjos possibilitam a democratização da alimentação saudável e seu acesso pela população de baixa renda.

“[...] a experiência do MICC é um possível arranjo local de abastecimento de alimentos para as classes populares, a preços acessíveis, com uma proposta de alimentação de qualidade e que, inclusive, se propõe a realizar atividades de sensibilização e educação alimentar.”

Nesse contexto, justifica-se o desenvolvimento de políticas públicas voltadas para o apoio e fomento da produção orgânica/agroecológica, democratizando o acesso à alimentação saudável e sustentável. E o exercício do controle social, em suas diversas instâncias, para que a população participe conjuntamente da sua formulação, implantação e monitoramento, é tarefa constante para os cidadãos.

Põe mais água no feijão: desafios da democratização do acesso aos alimentos

Nos últimos anos, houve uma considerável melhora no campo da segurança alimentar e nutricional (SAN) no Brasil. No âmbito das políticas públicas, programas como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) são estruturantes e referências para diversos países.

A extensão territorial do Brasil, suas múltiplas expressões culturais e sua biodiversidade reforçam a necessidade de ações transversais para promover a SAN, articulando agricultura, abastecimento, saúde, educação etc., e estimulando a participação social e o resgate de culturas alimentares tradicionais. Mas há desafios nesse percurso, como a luta pela reforma agrária e pela transição agroecológica, bem como a informação para a população sobre os benefícios da alimentação saudável e seu entendimento como um direito. Nesse contexto, aspectos como abastecimento, renda, informação e preço estão fortemente conectados e são pontos centrais na garantia de uma boa alimentação.

No caso do abastecimento, percebe-se que a localização dos espaços de comercialização de produtos orgânicos encontra-se predominantemente em bairros de classe média, dificultando a sua compra pelas classes populares. Soma-se a isso o perfil de consumidores de orgânicos, que aponta para uma classe média, inclusive com maior nível educacional do que de renda, e a disseminação da ideia de que esses alimentos

2 | Matéria “Luxo orgânico”: são sempre mais caros² do que os convencionais, criando um nicho de mercado.

goo.gl/Xiy7cJ

Entretanto, a relação entre renda e falta de informação pode ser controversa. Um estudo realizado pelo Ibase sobre as repercussões do Programa Bolsa Família na segurança alimentar e nutricional das famílias beneficiadas, em relação a mudanças

no consumo alimentar, indica que 78% dos titulares passaram a comprar mais açúcares e que, “no geral, a dieta das famílias mostra que alimentos de maior densidade calórica e menor valor nutritivo prevalecem na decisão do consumo” (IBASE, 2008, p.7-8). Já estudo realizado com dados de aquisição de alimentos da Pesquisa de Orçamentos Familiares comparando famílias de baixa renda no Brasil identificou maior compra de alimentos in natura ou minimamente processados, como hortaliças, raízes e tubérculos, e de ingredientes culinários, como óleo e açúcar, entre as beneficiárias do Programa Bolsa Família (MARTINS, 2013).

3 | Pesquisa coordenada pelo Instituto Terra Mater, no âmbito de projeto executado pelo Instituto Kairós junto à SENAES/MT. Contou com a participação voluntária de cinco GCRs em diferentes regiões do país, completando um ano de coleta de preços em cinco cidades para 22 tipos de frutas, hortaliças e ovos.

4 | Consumidores que se organizam coletivamente para acessarem produtos da agricultura familiar: consumoresponsavel.org.br/cartilhagcr

Em relação ao preço dos orgânicos, foi lançada recentemente pesquisa³ que contribui para desmistificar a ideia de que esse tipo de produto é sempre mais caro, considerando que há um entendimento generalizado de que o preço elevado impede seu consumo por grande parte da população. As análises do estudo mostram que o preço varia significativamente em função do canal de venda. Os preços praticados nos grupos de consumo responsável (GCRs) são muito menores que nos supermercados, com produtos equivalentes variando entre 16% e 280%⁴. Assim, quem está envolvido com o tema dos orgânicos e dos circuitos curtos alimentares constata que é principalmente nas grandes redes de supermercado que são praticados preços mais altos.

A gente quer saída para qualquer parte: a experiência de circuitos curtos do MICC

Quando a cadeia de abastecimento fica mais curta, o produtor pode oferecer alimentos a um preço mais acessível ao consumidor e garantir maior apropriação do valor final de seu produto.

5 | Relatório “Por trás das marcas”: goo.gl/sIT6NL

6 | Para saber mais sobre grupos de consumo responsável: goo.gl/7MUCYV

7 | Mapa de feiras do Idec: feirasorganicas.idec.org.br

8 | Mapa dos GCRs: goo.gl/x7S3of

Assim, a compra direta de alimentos locais contribui para aproximar produtores e consumidores. Isso se dá no sentido oposto à lógica dos supermercados, onde milhares de itens são oferecidos por uma dezena de corporações transnacionais num processo de junção de marcas que dificulta o rastreamento pelos consumidores de quem produz o que e de quais são os valores por trás de uma marca (OXFAM)⁵. Nesse cenário, os grupos de consumo responsável (GCRs)⁶, assim como as feiras agroecológicas⁷, constituem-se espaços onde o produtor pode realizar a venda direta de seus produtos. Além do melhor preço, o estreitamento das relações alimenta a “confiança face a face”(PORTILHO e CASTAÑEDA, 2011).

Foram identificados⁸ atualmente cerca de 25 GCRs no Brasil, que baseiam sua atuação na ação direta com agricultores familiares e empreendimentos da economia solidária, membros da Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável. Sabe-se, contudo, que a maior parte dos consumidores envolvidos nessas iniciativas pertence à classe média, logo, as experiências que envolvem consumidores de classes populares merecem ser destacadas: MICC (Movimento de Integração Campo Cidade), na zona leste da cidade de São Paulo, CCRU (Coletivo de Consumo Rural Urbano), em Diadema/SP, e Rede Tapiri, em Manaus/AM.

Ao localizar iniciativas de consumidores organizados inseridas nas periferias de grandes centros urbanos e reconhecendo essa prática como estratégica para democratizar o acesso a alimentos saudáveis, nos perguntamos: O que podemos apurar a partir dessas experiências? Seriam elas multiplicáveis ou partem de condições particulares do território e dos participantes envolvidos? A trajetória do MICC oferece algumas pistas, e é nela que iremos imergir.

9 | Para saber mais sobre o MICC: micc.org.br

10 | Kit: Uma caixa retornável com oito a nove hortaliças de época. O produtor entrega semanalmente, sempre às quartas-feiras, e os consumidores recebem quinzenalmente, pois há duas rotas realizadas de maneira alternada.

11 | Cerca de 12 famílias da associação. O grupo ainda mantém parceria com produtores de Iperó e de modo mais pontual com produtores da região do Vale do Ribeira.

Iniciando sua trajetória em meados da década de 80, articulado na Rede de Apoio à Reforma Agrária (RARA), o MICC⁹ tem como objetivo a união de forças pela valorização da terra e de quem nela trabalha. Procura fortalecer os vínculos entre campo e cidade, entendendo que as pessoas da cidade precisam dos produtos agrícolas para manter seu abastecimento, e os agricultores conseguem seu sustento com a venda do que produzem.

Na luta pela reforma agrária, o grupo procurou contribuir com assentamentos agrícolas do interior de São Paulo, desde sua fundação até o início dos anos 90. Mas foi a partir de 1993, quando adquiriu uma Kombi, que o grupo passou a viabilizar a distribuição de kits¹⁰ de hortaliças da APPRI – Associação de Pequenos Produtores Rurais de Ibiúna.

A decisão de levar os alimentos para serem vendidos na cidade deslocou o MICC para outros contextos, como a articulação de consumidores urbanos, a ampliação da comercialização e, mais recentemente, a abertura de diálogo com outros GCRs e atores envolvidos no tema do consumo responsável (FERREIRA, 2015). Os kits de hortaliças são entregues até hoje, em diversos pontos da zona leste da cidade de São Paulo e arredores. O grupo também promove “feirinhas” aos fins de semana e mantém uma loja comunitária em sua sede com produtos naturais, como multimistura, mel, pães e hortaliças vendidos no varejo, a partir do excedente dos kits.

O MICC é uma associação juridicamente constituída desde 2008 e atualmente viabiliza o consumo de aproximadamente 10 toneladas de alimentos (hortaliças da época), através de 1.400 kits, fornecidos pela APPRI¹¹, mensalmente. Na cidade, a distribuição dos kits ocorre em cerca de 25 núcleos

12 | Dados com base na movimentação do primeiro semestre de 2016 do grupo

organizados em igrejas, casas, condomínios, unidades de saúde, entre outros.¹²

Trata-se do GCR em atividade mais antigo e que movimenta mensalmente um dos maiores volumes de produtos a preços baixos, além de agregar um grande número de consumidores. Para isso, o comprometimento entre membros e a perenidade do grupo têm sido essenciais, tendo em vista que a fragilidade de muitas experiências de consumidores organizados reside na alta rotatividade de participantes. Mas o que faz do MICC uma experiência perene?

“[...] justifica-se o desenvolvimento de políticas públicas voltadas para o apoio e fomento da produção orgânica/agroecológica, democratizando o acesso à alimentação saudável e sustentável. E o exercício do controle social, em suas diversas instâncias, para que a população participe conjuntamente da sua formulação, implantação e monitoramento, é tarefa constante para os cidadãos.”

O grupo se organiza através de trabalho integralmente voluntário, realiza desde as atividades cotidianas, como a logística para

entrega dos kits, até campanhas esporádicas¹³, através da cooperação entre seus membros. Mas o forte vínculo, o elo que promove esse sentimento de pertencimento no grupo, precede a sua formação.

13 | Como a rifa promovida para comprar o imóvel que será a nova sede do grupo.

O desenvolvimento do bairro da Vila Alpina, na zona leste de São Paulo, bem como a presença de alas progressistas da Igreja católica, que lutavam pela redemocratização no final dos anos 1980 e início dos anos 1990, ajudam a compreender o surgimento do MICC. Alguns de seus principais articuladores eram operários nas cidades vizinhas do ABC paulista, envolvidos nas greves e na criação das Comunidades Eclesiais de Base (CEBs):

[...] o pessoal era envolvido com o movimento operário, sindicato, e aqui era um centro de distribuição de alimentos e de resistência, né? Tudo isso sempre foi apoiado pelos padres, tanto que (...) o padre batia lá em casa 4 horas da manhã e falava: acorda, vamos parar uma fábrica” (Sr. Santana, em entrevista realizada em fev/2015, apud FERREIRA, 2015).

Nota-se que a presença da Igreja faz com o que o movimento assimile em sua identidade elementos de lutas clássicas pela redução da desigualdade e da injustiça social e, nesse caso específico, junto ao movimento da reforma agrária (FERREIRA, 2015, p. 129). Até hoje, a maioria dos consumidores que participam ativamente dando sustentação ao grupo integra uma comunidade católica na zona leste de São Paulo e mantém seus valores fundantes. São representantes desse círculo de interações que compõem o núcleo gestor do MICC. Outro elemento estruturante no grupo é o fato de muitos associados serem aposentados e possuírem mais tempo livre para contribuir com as tarefas do dia a dia.

Outro aspecto que possibilita manejar grandes volumes no grupo é a relativa padronização e objetividade do ciclo de distribuição dos kits. Estes são compostos de cerca de oito produtos da época, que os agricultores entregam de acordo com a disponibilidade da produção. Frutas são itens eventuais, assim como variedades de produtos, como notamos em outros grupos (cogumelos, congelados, sucos, bolos, produtos de higiene

peçoal, papelaria etc.). O fato sugere que os GCRs compostos de consumidores de classes populares são mais sensíveis aos preços e a demanda é maior por itens de primeira necessidade (arroz, feijão etc.) do que por alimentos complementares.

Os consumidores sempre receberão seus kits, a menos que solicitem o cancelamento de alguma entrega. Ou seja, ao contrário da maioria dos grupos, o contato se dá para cancelar (exceção) e não para fazer (regra) o pedido. Nesse sentido, o consumidor do MICC tem o direito, mas também o compromisso, de receber o kit quinzenal, o que garante certa previsibilidade quanto à estimativa de demanda e facilita o planejamento da produção. O processo é, portanto, facilitado para que o grupo consiga oferecer um kit com hortaliças a preço justo para o maior número possível de consumidores. Apesar do tamanho da zona leste paulistana, o fato de o grupo estar constituído nesse território facilita sua penetração em bairros mais populares da região.

14 | Vídeo do Curso de Alimentação Natural: goo.gl/w4ReyD Outra característica identitária e que contribui para promover a entrada de novos consumidores é o Curso de Alimentação Natural¹⁴ que o MICC promove. Composto de quinze oficinas de quatro horas em média, o curso, realizado na cozinha de uma paróquia, forma cerca de 25 pessoas por edição (média de duas edições por ano). É facilitado por voluntárias do MICC e recebe geralmente donas de casa interessadas em incorporar hábitos alimentares mais saudáveis em seus lares. Verifica-se, a partir desse exemplo, o protagonismo das mulheres na garantia da segurança alimentar de suas famílias. O curso promove o benefício da utilização integral dos alimentos, apresentando receitas fáceis de serem incorporadas no dia a dia. A sensibilização dos participantes abrange ainda a discussão sobre como acessar produtos com menos agrotóxicos do que os encontrados nos supermercados, consolidando o MICC como uma alternativa viável para esse público.

Comeu feijão com arroz como se fosse o máximo: considerações sobre os circuitos curtos

Dado que a fome é considerada não um problema de disponibilidade de alimentos, mas uma questão complexa centrada no acesso aos alimentos, é preciso enfrentá-la articulando e fortalecendo diversas áreas, como a renda, os preços, a escolha do que plantar, como plantar, como e para onde distribuir etc.

Para isso, é fundamental o desenvolvimento de políticas públicas adequadas, elaboradas em diálogo com a sociedade, de modo que, de um lado, atendam às problemáticas de urgência e, por outro, promovam as mudanças estruturais necessárias para enfrentar as desigualdades existentes. De maneira complementar, a sociedade precisa se valer dos mecanismos de controle social para efetivar sua participação nesses processos, exigir e monitorar tais construções e implementações de políticas públicas.

Incentivar e multiplicar iniciativas de circuitos curtos, como o MICC, podem ser possibilidades para enfrentar a questão da segurança alimentar e nutricional, aproximando consumidores e produtores e integrando campo e cidade. Dessa forma, políticas públicas que promovam essas iniciativas também estão alinhadas com a concepção de soberania alimentar.

Tecendo sua história de integração entre campo e cidade há mais de vinte anos, a experiência do MICC é um possível arranjo local de abastecimento de alimentos para as classes populares, a preços acessíveis, com uma proposta de alimentação de qualidade e que, inclusive, se propõe a realizar atividades de sensibilização e educação alimentar.

Considerando a possibilidade de multiplicação dessa experiência, nota-se a importância do vínculo entre seus membros. Tais elos antecedem a formação do grupo e podem estar presentes não apenas nas igrejas, mas em outros espaços que

estimulem o vínculo entre as pessoas, como escolas, universidades, associações de bairro, movimentos sociais, entre outros. Estão aí as características potenciais para a formação de Grupos de Consumo Responsável.

Dessa forma, traçando um paralelo imediato, apesar de algumas especificidades do MICC, há potencial multiplicador da experiência nas inúmeras comunidades de igrejas espalhadas pelo país. Ou, num cenário mais amplo, seus elementos estruturantes podem ser encontrados e adaptados a diferentes territórios e grupos sociais.

Thais Mascarenhas e **Juliana Gonçalves** são integrantes do Instituto Kairós e coordenaram o projeto de fortalecimento da Rede Brasileira de GCRs, em parceria com a Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho, de 2013 a 2016. Pesquisam e já produziram outros artigos e materiais educativos sobre a temática da organização coletiva do consumo responsável e dos circuitos curtos agroalimentares. E-mails: i.kairos@yahoo.com.br / thaismas@yahoo.com / julianagoncalves@yahoo.com.br.

Referências bibliográficas

CINTRÃO, B.; GONÇALVES, D.; LANGENBACH, M.; CHIFFOLEAU, M. Compras coletivas e a formação de consumidores-cidadãos: a experiência da Rede Ecológica do Rio de Janeiro. In: **Revista Agrícolas**, v. 12, n. 2, jun. 2015, pp. 8-14.

FERREIRA, I. L. **Redes alternativas de produção e consumo de alimentos**: estudo de caso do Movimento de Integração Campo-Cidade (MICC/SP). Rio de Janeiro, 2015, 158fls. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS <www.fao.org>.

IBASE. **Repercussões do Programa Bolsa Família na segurança alimentar e nutricional das famílias beneficiadas**. Rio de Janeiro, 2008. <www.ibase.br/userimages/ibase_bf_sintese_site.pdf>.

MARTINS, A. P. B. **Impacto do Programa Bolsa Família sobre a aquisição de alimentos em famílias brasileiras de baixa renda**. São Paulo, 2013, 123fls. Tese (Doutorado) - Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo. Disponível em: <www.teses.usp.br/teses/disponiveis/6/6138/tde-25062013-155356/pt-br.php>.

MEIRELLES, L. **Agroecologia, mercados locais e soberania alimentar**. <www.centroecologico.org.br>.

MOVIMENTO DOS PEQUENOS AGRICULTORES <www.mpabrazil.org.br>.

MUSEU VIRTUAL JOSUÉ DE CASTRO. <museu.nutricao.ufrj.br>.

PORTILHO, F; CASTAÑEDA, M. **Certificação e confiança face-a-face na feira de produtos orgânicos**. IV Encontro Nacional

da ANPPAS, Brasília, 2008. <www.anppas.org.br/encontro4/cd/ARQUIVOS/GT1-413-499-20080510232052.pdf>.

REGANOLD, J. Can we feed 10 billion people on organic farming alone? In: **The Guardian**. 14/aug/2016. <www.theguardian.com/sustainable-business/2016/aug/14/organic-farming-agriculture-world-hunger>.

SEN, A. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo, Companhia das letras, 2000.

VASCONCELOS, F. A. G.; VASCONCELOS, M. P.; VASCONCELOS, I. H. G. **Fome, comida e bebida na música popular brasileira**: um breve ensaio. História, Ciências, Saúde – Manguinhos, Rio de Janeiro, v. 22, n. 3, jul-set/2015, pp. 723-741.

VIA CAMPESINA <www.viacampesina.org>.

VIVAS, E. **A agricultura camponesa e ecológica pode alimentar o mundo?** Mai. 2014. <www.ihu.unisinos.br/noticias/531532-a-agricultura-camponesa-e-ecologica-pode-alimentar-o-mundo>.

1.2 Alimentos sem veneno são sempre mais caros?

Uma pesquisa da Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável

MORGANE RETIÈRE

Quantas vezes ouvimos que orgânico é muito caro? Que esse tipo de produção torna o alimento inacessível à maioria da população? Será que isso é verdade? Quisemos averiguar e olhamos para os preços de hortaliças, frutas e ovos durante um ano, em cinco cidades do Brasil, comparando os produtos orgânicos, em transição agroecológica e convencionais dos supermercados, das feiras e dos grupos de consumo responsável. Os resultados mostraram que não é bem assim.

Alimentos orgânicos frescos podem ser até mais baratos que os equivalentes convencionais, se o consumidor sair do supermercado e for para as feiras e, ainda mais, para os grupos de consumo responsável (GCRs).

Os GCRs caracterizam-se como grupos de consumidores organizados para acessar produtos que estejam alinhados com seus valores. Geralmente, os produtos são encomendados de maneira antecipada junto a produtores locais, na sua maioria agricultores e empreendimentos da economia solidária. As entregas são coordenadas por equipes de militantes que permitem maior proximidade entre consumidores e produtores, preços justos e transparência.

Desta forma, essas iniciativas da sociedade civil buscam transformar o ato de compra em um ato político, promovendo a economia solidária, a agricultura familiar agroecológica e uma aproximação entre campo e cidade.

A presente pesquisa foi idealizada e conduzida entre 2014 e 2015 no âmbito da Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável. Essa rede vem se estruturando desde 2011 e visa a favorecer as trocas e parcerias entre grupos que compartilham objetivos comuns. Uma das ações imaginadas em conjunto para promover o consumo responsável foi, portanto, a realização desta pesquisa comparativa.

Você sabe a diferença entre agricultura orgânica e agricultura convencional?

A agricultura convencional utiliza agrotóxicos, fertilizantes químicos e até mesmo sementes transgênicas, em busca de maiores lucros e redução da mão de obra. Tudo isso tem efeitos negativos no ambiente, na saúde e na sociedade. Já a agricultura orgânica não faz uso de nenhum insumo químico e utiliza práticas que respeitam o ambiente e a saúde. Há correntes específicas da agricultura orgânica, como a agroecologia e a agricultura biodinâmica, que têm visões integradas do ser humano e da natureza e promovem práticas agrícolas e sociais de regeneração ambiental e de desenvolvimento social.

De onde partimos?

Outros estudos realizados nos últimos anos.

A pesquisa se inspirou em dois estudos anteriores, um realizado pelo Instituto de Defesa do Consumidor (Idec) e outro pela Associação de Agricultura Orgânica (AAO). Esses estudos mostraram, realizando levantamentos pontuais, que produtos orgânicos na venda direta são mais baratos que produtos equivalentes no supermercado e, inclusive, em muitos

casos, que produtos convencionais. Quisemos prolongar esses esforços e realizar um levantamento mais sistemático, completando um ano de coleta de preços em cinco cidades do Brasil (São Paulo/SP, Piracicaba/SP, Rio de Janeiro/RJ, Alta Floresta/MT e Salvador/BA), para 22 itens, incluindo frutas, hortaliças e ovos.

Consumo de orgânicos e sistemas alimentares

Uma ideia muito difundida nos debates sobre a agricultura orgânica é que os alimentos orgânicos continuam sendo muito caros e são inacessíveis para grande parte da população. A maioria das manchetes de jornais sobre o orgânico sempre insiste sobre seu preço elevado. De fato, os estudos mostram que os consumidores de produtos orgânicos ainda pertencem, em grande parte, a categorias sociais de alto poder aquisitivo e com certo nível de educação, predominando as mulheres, por serem ainda hoje majoritariamente responsáveis pelas compras alimentares (CARNEIRO; PORTILHO, 2012). A maioria dos consumidores de orgânicos coloca a questão da saúde pessoal e da família como motivação principal, sem que essa escolha seja necessariamente associada a um comprometimento social e ambiental (GUIVANT, 2003).

Embora essas generalidades não reflitam a diversidade das situações e das motivações, permitem situar nosso debate e suscitar a reflexão sobre o consumo de alimentos orgânicos, sua acessibilidade e a visão de sociedade que veiculam.

De fato, além da questão de os alimentos serem ou não certificados como orgânicos, existe um debate mais amplo sobre os atuais sistemas alimentares e circuitos de comercialização. Muitas iniciativas da sociedade civil, em particular os grupos de consumo responsável, vêm surgindo como contraponto ao distanciamento cada vez maior entre o produtor e o consumidor. O alimento se tornou um produto de consumo padroniza-

do, e o cidadão, um consumidor desinformado. Porém, muitas pessoas não aceitam esta situação e querem voltar a saber: Qual a origem dos alimentos que consumimos? Como foram produzidos? Qual foi seu caminho até chegarem à nossa mesa?

“Alimentos orgânicos frescos podem ser até mais baratos que os equivalentes convencionais, se o consumidor sair do supermercado e for para as feiras e, ainda mais, para os grupos de consumo responsável (GCRs).”

Além da indústria agroalimentar responsável pela produção de alimentos processados, o setor do varejo e especialmente os supermercados têm um papel central nessa evolução. Perpetua o desconhecimento dos processos pelo consumidor, padronizando os alimentos e sua oferta. Portanto, podemos nos perguntar se a compra de orgânicos em supermercados, com o simples intuito de adquirir alimentos saudáveis e sem uma explícita consciência social e ambiental, não seria uma continuação do sistema predominante. Diante disso, os chamados circuitos curtos de comercialização buscam, como seu nome indica, encurtar as cadeias e atingir preços mais justos, favorecendo a proximidade entre produtor e consumidor, a confiança e o reconhecimento recíproco.

Nosso estudo se insere, portanto, em dois grandes debates: o desenvolvimento da agricultura orgânica e os circuitos curtos alimentares. Escolhemos focar na questão do preço dos alimentos. Embora seja apenas uma das dimensões do problema, nos parece um elemento determinante tanto para instigar a reflexão dos

consumidores sobre os hábitos de compra quanto para questionar a repartição do valor agregado nas cadeias agroalimentares.

Como foi realizada a pesquisa?

O trabalho de levantamento dos preços foi realizado de forma colaborativa e voluntária por cinco grupos de consumo responsável (GCRs) em cinco cidades do Brasil: Siscos – Alta Floresta/MT; Rede Ecológica – Rio de Janeiro/RJ; RedeMoinho – Salvador/BA; Movimento de Integração Campo-Cidade (MICC) – São Paulo/SP; e Rede Guandu – Piracicaba/SP. O Instituto Kairós também participou dos levantamentos em São Paulo. Os levantamentos começaram em julho de 2014 e acabaram em junho de 2015. A elaboração da metodologia, coordenação da pesquisa, análises e redação dos resultados foram realizadas¹ pela equipe (remunerada) do Instituto Terra Mater, ONG de Piracicaba. Este trabalho é coletivo e mostra o que é possível fazer a partir de uma articulação em rede.

¹ | No âmbito de projeto executado pelo Instituto Kairós, com recursos da Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho (SENAES/MT).

Os grupos de consumo participantes levantaram uma vez por mês os preços de 22 itens de hortifrutigranjeiros em quatro tipos de canais de comercialização: supermercado (produtos orgânicos e convencionais), feira orgânica (produtos orgânicos), feira convencional (produtos convencionais) e grupos de consumo responsável (produtos orgânicos). É importante ressaltar que os preços coletados em alguns grupos de consumo abrangem produtos orgânicos com e sem certificação formal, além de produtos em transição agroecológica. A parceria entre produtores e consumidores nos grupos ajuda a fomentar a transição do convencional para o orgânico e se dá através de uma relação próxima e de confiança mútua entre os envolvidos. Para garantir a qualidade dos produtos, alguns GCRs realizam visitas periódicas aos produtores, procurando entender como eles lidam com as dificuldades do trabalho agrícola.

2 | Para compor esta lista, escolhemos produtos fáceis de encontrar nas prateleiras de todas as regiões, conversando com os participantes da pesquisa. No caso em que é comum encontrar diferentes variedades da mesma espécie (banana, manga, abobrinha, etc.) decidimos especificar essas variedades.

Foram levantados os preços de 22 itens alimentícios, sendo eles o ovo e as seguintes hortaliça²: alface-crespa, alface-americana, brócolis ninja, brócolis ramoso, berinjela, cenoura, tomate italiano, tomate salada, abobrinha brasileira, abobrinha italiana, chuchu, mandioca, quiabo, manga espada, manga palmer, manga tommy, limão tahiti, limão-cravo, banana-prata, banana-nanica e abacate.

O foco principal da nossa pesquisa foram os preços dos alimentos, e apresentamos aqui apenas estes resultados. Porém, algumas informações complementares foram levantadas para abordar certos aspectos relativos à qualidade dos produtos: o peso das folhosas (alface, brócolis), o tipo de certificação orgânica e, ainda, o aspecto, graças às fotografias tiradas pelos participantes.

Os resultados completos estão disponíveis no site do Instituto Terra Mater³.

3 | terramater.org.br

Análise dos resultados

Na metodologia de análise utilizada, após a coleta, os dados foram organizados comparando-se (1) os orgânicos no GCR, feira orgânica e supermercado e (2) produtos orgânicos no GCR e produtos convencionais na feira convencional e no supermercado. Para isso, a principal ferramenta utilizada para as análises estatísticas dos preços levantados foi o software livre R. O processo de realização da pesquisa encontrou vários fatores limitantes e enfrentou diversos desafios, como o contato com os produtores, feirantes e gerentes; a sazonalidade dos produtos; a padronização da unidade de medida; a obtenção de fotos dos produtos; entre outros.

No nosso estudo, queremos entender o comportamento do preço de um produto a partir de determinados fatores ex-

plicativos. O tipo de canal de comercialização (supermercado, feira ou GCR) e o sistema de produção (orgânico com ou sem certificação ou convencional) são as nossas variáveis principais de interesse, pois a pergunta que queremos responder é: os produtos sem veneno são sempre mais caros? Nossa hipótese é que os produtos sem veneno são muito mais caros nos supermercados, mas não nos circuitos curtos de comercialização.

Resultados

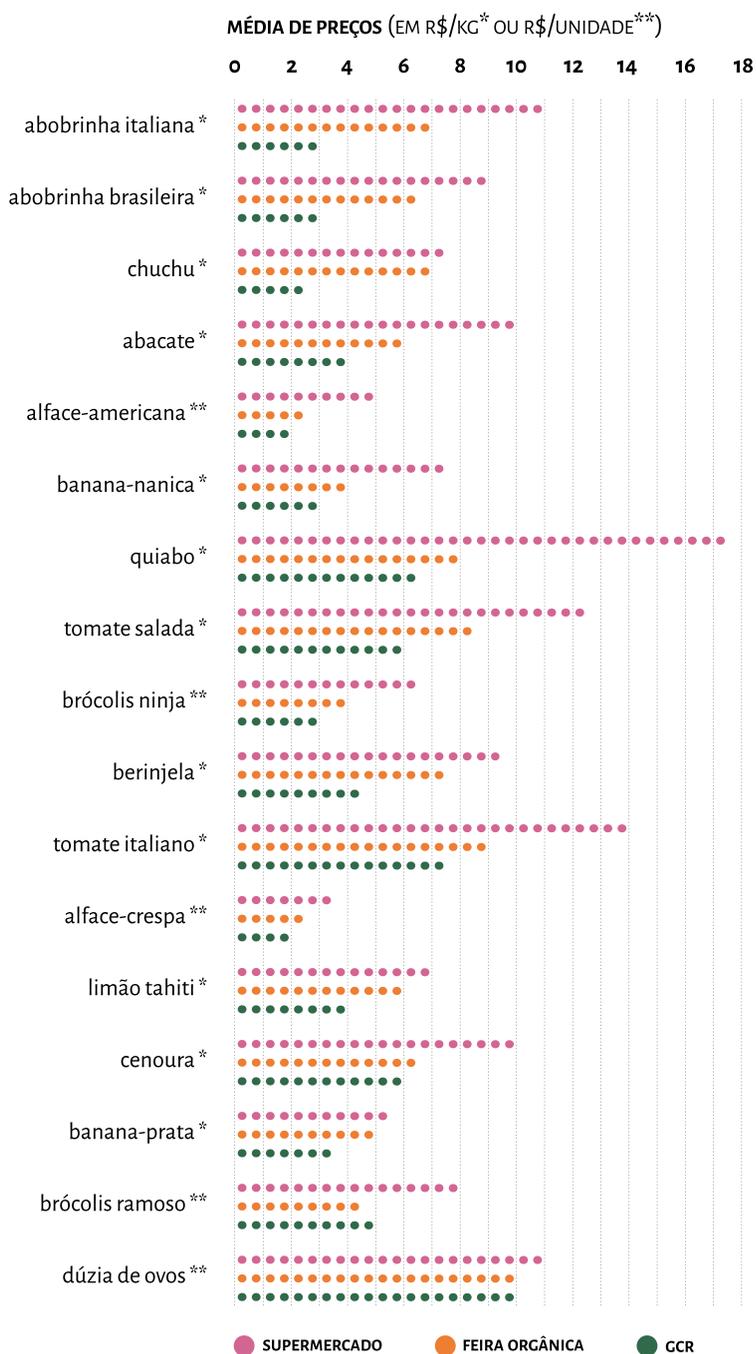
A pesquisa gerou 2.715 dados ao longo dos doze meses nas cinco cidades de abrangência nos quatro tipos de canais de comercialização estudados. Como falamos anteriormente, queremos mostrar que a diferença de preço entre orgânico e convencional não se explica apenas pelo sistema produtivo, ou seja, por um possível custo de produção mais elevado. A diferença de preço também depende do tipo de canal de comercialização.

1. Comparação dos produtos orgânicos em diferentes canais

4 | Limão-cravo, mandioca, manga espada, manga palmer, manga tommy.

Dentre os 22 produtos levantados, tivemos que descartar alguns que não tinham consistência para a análise⁴ (devido a fatores como a sazonalidade, por exemplo). Analisamos, então, 17 produtos orgânicos ao longo do ano, somando um total de 1.068 preços de orgânicos levantados.

MÉDIAS DOS PREÇOS DE CADA PRODUTO ORGÂNICO EM SUPERMERCADO, FEIRA ORGÂNICA E GCR:



Ao olhar este gráfico, a primeira conclusão é que, em todos os casos (sem exceção), as médias dos preços são sempre maiores no supermercado (em rosa) em relação tanto ao GCR (em verde) quanto à feira orgânica (em laranja).

Neste gráfico, os produtos foram organizados em função da porcentagem de diferença de preço entre o supermercado – mais caro – e o GCR – mais barato –, da maior diferença para a menor.

Esse aspecto é aprofundado na seguinte tabela, na qual quisemos avaliar com maiores detalhes quão mais caros são os produtos orgânicos no supermercado, comparados com o GCR. Mantivemos a comparação com a feira orgânica, que também é uma opção mais acessível para consumir produtos orgânicos.

Detalhamos as diferenças de preço (em porcentagem), tomando como referência os preços nos GCRs comparados com supermercados e feiras orgânicas.

“A maioria dos consumidores de orgânicos coloca a questão da saúde pessoal e da família como motivação principal, sem que essa escolha seja necessariamente associada a um comprometimento social e ambiental”

PRODUTOS ORGÂNICOS	Diferença entre supermercado e GCR	Diferença entre feira orgânica e GCR
abobrinha italiana	283%	142%
abobrinha brasileira	217%	119%
chuchu	212%	173%
abacate	171%	70%
alface-americana	170%	43%
banana-nanica	168%	52%
quiabo	165%	22%
tomate salada	153%	79%
brócolis ninja	132%	40%
berinjela	118%	78%
tomate-italiano	88%	22%
alface-crespa	82%	29%
limão tahiti	79%	60%
cenoura	63%	5%
banana-prata	58%	44%
brócolis ramoso	57%	-12%
dúzia de ovos	16%	0%

● PREÇOS NO GCR MAIS BARATOS ● PREÇOS NA FEIRA MAIS BARATOS ● PREÇOS EQUIVALENTES

Tabela 1: Porcentagem de diferença entre preços médios

Vemos que as diferenças de preço entre supermercado variam de 283% de diferença (a abobrinha italiana é R\$ 2,80 no GCR e R\$ 10,67 no supermercado) a 16% (o ovo é R\$ 9,60 no GCR e R\$ 11,18 no supermercado). Para mais da metade dos itens, os preços dos produtos orgânicos no supermercado são de duas a quatro vezes maiores que no GCR.

Na segunda coluna, olhamos como ficam os preços do GCR em relação àqueles da feira orgânica, pois, embora ambos apresentem preços sensivelmente inferiores aos do supermercado, o GCR parecia ser mais competitivo que a feira orgânica.

De fato, todas as médias de preços na feira orgânica são maiores que no GCR, exceto para três produtos: o brócolis ramoso é 12% mais barato na feira e, para a cenoura e o ovo, os preços podem ser considerados equivalentes. Um pouco menos da metade dos produtos apresenta uma diferença de preço situada entre 50 e 100%, apenas três legumes apresentaram uma diferença maior.

Para resumir esses dados, calculamos o preço médio de uma cesta de 17 produtos orgânicos, somando as médias de cada produto.

PREÇO MÉDIO DE UMA CESTA DE 17 PRODUTOS

abacate / abobrinha brasileira / abobrinha italiana / alface-americana / alface-crespa / banana-nanica / banana-prata / berinjela / brócolis ninja / brócolis ramoso / cenoura / chuchu / limão tahiti / dúzia de ovos / quiabo / tomate italiano / tomate salada



Gráfico 2: Cesta comparativa

Vemos que, no supermercado, a estimativa chega a R\$ 144; na feira orgânica, a R\$ 98; e no GCR, a R\$ 69. A diferença entre o valor da cesta entre o GCR e o supermercado chega a 108%, ou seja, a cesta no supermercado é pouco mais de duas vezes mais cara que no GCR.

Conclusão para os produtos orgânicos

Esses resultados nos permitem mostrar que o tipo de ponto de venda influencia os preços dos produtos orgânicos e em transição agroecológica, pois existe uma diferença de preço entre os produtos orgânicos vendidos nos supermercados e os vendidos em outros canais de venda mais direta (feira e GCR), sendo estes últimos mais baratos. Vale notar que o presente estudo não permite explicar por que determinados produtos são mais caros ou mais baratos em alguns canais de comercialização (um estudo complementar pode averiguar essa questão).

2. Comparação entre produtos orgânicos no GCR e produtos convencionais

Como o GCR apresentava os menores preços para quase todos os produtos orgânicos, resolvemos comparar o GCR (produtos orgânicos) com os produtos convencionais da feira e do supermercado, para ver se o GCR era a opção mais acessível,

inclusive com produtos convencionais. Tivemos,

5 | Limão-cravo, manga espada, manga palmer, manga tommy. aqui também, que excluir alguns itens⁵ e trabalhamos, portanto, com 18 produtos, somando 1.907 preços levantados.

MÉDIAS DOS PREÇOS DE CADA PRODUTO ENTRE SUPERMERCADO (PRODUTOS CONVENCIONAIS), FEIRA CONVENCIONAL (PRODUTOS CONVENCIONAIS) E GCR (PRODUTOS ORGÂNICOS):

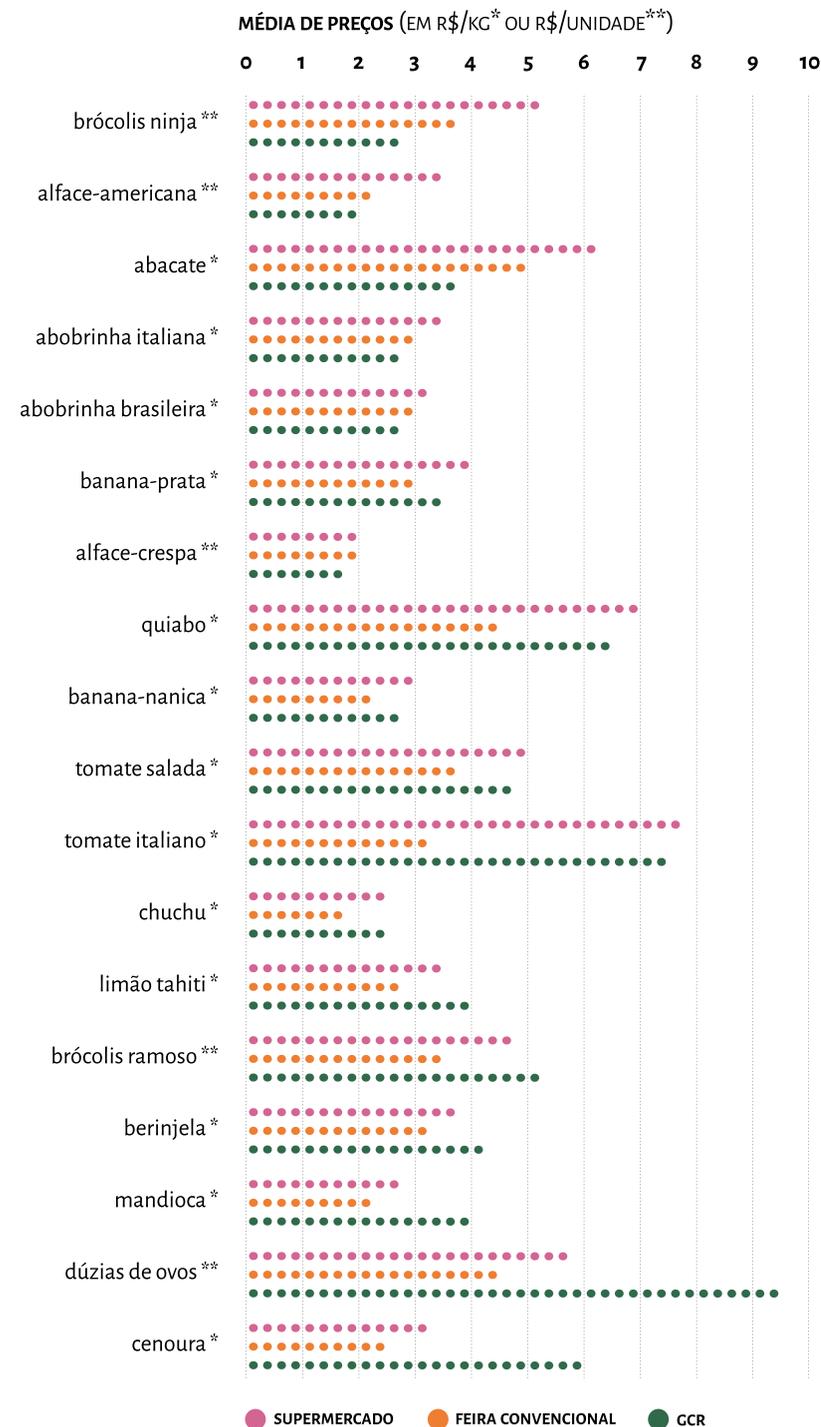


Gráfico 3: Comparação das médias dos preços de cada produto

Este primeiro gráfico indica que neste caso (produtos convencionais X produtos orgânicos no GCR), as diferenças entre canais de comercialização são menos evidentes que no caso anterior.

Novamente, os produtos foram organizados em função da porcentagem de diferença de preço entre o supermercado e o GCR. Os produtos à esquerda do gráfico são aqueles para os quais o GCR (orgânicos) é mais barato que o supermercado (convencionais). Ao centro, estão aqueles produtos para os quais os preços são equivalentes (tomate salada, tomate italiano, chuchu). À direita, os produtos cujos preços são maiores no GCR em relação ao supermercado.

“A agricultura convencional utiliza agrotóxicos, fertilizantes químicos e até mesmo sementes transgênicas, em busca de maiores lucros e redução da mão de obra. Tudo isso tem efeitos negativos no ambiente, na saúde e na sociedade”

Para aprofundar essas comparações, elaboramos uma tabela com as porcentagens de diferença de preço, semelhante à Tabela 1. Porém, desta vez, decidimos comparar o supermercado (produtos convencionais) com o GCR (produtos orgânicos), mas também o supermercado com a feira convencional. Neste segundo caso, o objetivo é evidenciar mais uma vez a diferença entre circuitos de comercialização para produtos equivalentes (convencionais).

PRODUTOS ORGÂNICOS OU CONVENCIONAIS	Diferença entre supermercado e GCR	Diferença entre supermercado e feira convencional
brócolis ninja	88%	-37%
alface-americana	86%	-57%
abacate	67%	-23%
abobrinha italiana	26%	-21%
abobrinha brasileira	17%	-8%
bacana-prata	17%	-38%
alface-crespa	8%	0%
quiabo	8%	-56%
banana-nanica	7%	-29%
tomate salada	5%	-36%
tomate italiano	2%	-143%
chuchu	0%	-33%
limão tahiti	-6%	-32%
brócolis ramoso	-9%	-38%
berinjela	-15%	-16%
mandioca	-31%	-24%
dúzia de ovos	-40%	-30%
cenoura	-44%	-27%

● PREÇOS NO GCR MAIS BARATOS ● PREÇOS NA FEIRA MAIS BARATOS
● PREÇOS EQUIVALENTES ● PREÇOS NO SUPERMERCADO MAIS BARATOS

Tabela 2: Porcentagem de diferença entre preços médios

“[...] a agricultura orgânica não faz uso de nenhum insumo químico e utiliza práticas que respeitam o ambiente e a saúde”

Comparando os produtos orgânicos do GCR com aqueles convencionais do supermercado, vemos que a balança continua a ser favorável ao GCR. Aproximadamente dois terços dos produtos levantados apresentam preços equivalentes ou menores no GCR em relação aos convencionais no supermercado. Entre os itens mais baratos no GCR, a menor diferença se dá com a banana-nanica (custa R\$ 2,70 o quilo no GCR e R\$ 3 o quilo no supermercado, ou seja, uma diferença de 7%). O item com maior diferença é o brócolis ninja (custa em média R\$ 2,75 a unidade no GCR e R\$ 5,20 a unidade no supermercado, ou seja, 88% de variação).

Comparando agora os produtos convencionais na feira e no supermercado, todas as médias de preços no supermercado são maiores que na feira convencional – com uma exceção, a alface-crespa, para a qual os preços são equivalentes (R\$ 2 a unidade em média) –, as diferenças variam entre 8% para a abobrinha brasileira (R\$ 3,30 o quilo no supermercado e R\$ 3 o quilo no GCR) e 143% para o tomate (R\$ 3,10 o quilo na feira e R\$ 7,60 o quilo no supermercado). Na maioria, as médias dos preços do supermercado são entre 5 e 50% mais caras que na feira convencional.

Vemos, portanto, que a feira, considerada um circuito curto de comercialização (embora possa haver revendedores ao lado dos produtores), oferece preços muito mais acessíveis que o supermercado.

Novamente, calculamos o custo médio de uma cesta de 18 produtos para comparar essas médias agregando todos os itens.

PREÇO MÉDIO DE UMA CESTA DE 18 PRODUTOS

abacate / abobrinha brasileira / abobrinha italiana / alface-americana / alface-crespa / banana-nanica / banana-prata / berinjela / brócolis ninja / brócolis ramoso / cenoura / chuchu / limão tahiti / dúzia de ovos / quiabo / tomate italiano / tomate salada / mandioca



Gráfico 4: Cesta comparativa

Evidenciamos aqui que uma cesta de 18 produtos orgânicos custa, em média, R\$ 72. No supermercado, uma cesta de produtos convencionais custaria, em média, R\$ 70, apenas R\$ 2 mais barato. A feira convencional apresenta o menor preço com um custo de R\$ 51. Em relação ao supermercado, uma cesta de produtos neste circuito curto é, portanto, 37% mais cara.

Conclusão para os produtos orgânicos no GCR e os convencionais

Em conclusão, no embate entre GCR ou supermercado, o GCR é mais acessível, enfatizando mais uma vez que neste caso no GCR são oferecidos produtos orgânicos e, no supermercado, produtos convencionais. Vemos novamente que o canal de comercialização influencia de maneira evidente o preço dos produtos frescos oferecidos ao consumidor.

Considerações finais

Esta pesquisa é fruto de um processo coletivo e colaborativo que, apesar das dificuldades e das limitações, permitiu construir uma base de dados ampla e desenvolver diversas análises significativas. Esperamos que esta experiência tenha conseguido fortalecer as ações conjuntas na Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável, bem como que nossos resultados possam servir para pensar em outras pesquisas coletivas. São inúmeras as análises que podem complementar e aprofundar o tema e muitas questões se depreendem daqui, como por exemplo examinar o preço pago ao produtor nos diferentes canais de comercialização ou ainda dar continuidade ao monitoramento de preços, criando um observatório do consumo responsável.

Os dados levantados permitiram chegar a conclusões interessantes e consistentes, desmistificando a ideia de que produtos orgânicos são sempre mais caros que os produtos convencionais e que a diferença de preço é devida apenas a custos de produção mais altos. A comparação das médias dos preços mostra que, no caso dos produtos orgânicos, os preços praticados nos GCRs são muito menores que nos supermercados. Uma cesta de 17 produtos orgânicos no GCR tem um preço médio de R\$ 69 e, no supermercado, de R\$ 144. O supermercado é, portanto, duas vezes mais caro.

Essa tendência dos GCRs de apresentar preços baixos se confirma inclusive quando comparados a produtos convencionais nos supermercados. Aproximadamente dois terços dos produtos levantados apresentam preços equivalentes ou menores no GCR em relação aos convencionais no supermercado. Uma cesta de 18 produtos orgânicos no GCR acaba apresentando um valor médio (R\$ 72) equivalente ao valor de uma cesta de itens convencionais no supermercado (R\$ 70). Sendo assim, as iniciativas de venda direta oferecem alternativas para tornar aces-

síveis alimentos de qualidade, sem danos à saúde. Os GCRs, em particular, buscam atrelar às trocas comerciais atividades de educação alimentar, de luta contra o desperdício (pois muitos estão baseados em compras antecipadas) e de reflexão sobre o consumo e o consumismo.

“Queremos mostrar que a diferença de preço entre orgânico e convencional não se explica apenas pelo sistema produtivo, ou seja, por um possível custo de produção mais elevado [mas] depende do tipo de canal de comercialização.”

É importante, porém, realçar que os GCRs, por serem iniciativas da sociedade civil, sem fins lucrativos, são uma forma bem particular de canal de comercialização, pois as tarefas de distribuição dos alimentos e de contabilidade são assumidas por agentes facilitadores (consumidores e/ou produtores mais envolvidos na gestão) que geralmente não remuneram seu trabalho (ou que recebem apenas ajudas de custo). Além disso, a proximidade entre os atores favorece uma maior transparência e impede a apropriação abusiva do lucro. Por serem grupos informais que apenas facilitam a venda direta entre produtor e consumidor, as transações não estão submetidas aos impostos, ao contrário dos supermercados.

No caso das feiras, o feirante – seja ele comerciante ou agricultor – dedica um número importante de horas a essa atividade de venda que, logicamente, merece ser remunerada, o que pode explicar o leve acréscimo de preço nas feiras orgânicas em

relação ao GCR. Obviamente, outras explicações são possíveis, como a localização e o tipo de clientela da feira, a relação com outros feirantes etc.

Estes resultados vão no sentido de muitos estudos anteriores. O estudo do Idec (2010), comparando feira, supermercado e cestas entregues em domicílio, mostra que, para quase todos os produtos avaliados (com uma exceção), o preço na feira orgânica era o menor. Para 70% dos produtos, os preços no supermercado eram maiores que os preços nas cestas entregues em domicílio. A porcentagem de diferença entre o maior e o menor preço varia de 13% a 462%. Os resultados da pesquisa feita pela AAO (2013) mostram que, se uma cesta de produtos orgânicos na feira orgânica custa R\$ 100, uma cesta equivalente de produtos convencionais custa R\$ 104,90 no supermercado e R\$ 85,10 na feira livre. Sendo assim, uma cesta de produtos convencionais no supermercado acaba custando mais caro do que uma cesta de orgânicos na feira, dados consistentes com os nossos resultados. Outro estudo realizado em Campinas mostrou que, nas grandes redes de supermercado, a diferença de preço entre o orgânico e o convencional é, em média, de 200%, podendo chegar a 600% no caso de tomate, cebola ou batata (SANTOS, 2014). E mais: o autor aponta que esse sobrecusto geralmente não é repassado para o produtor agrícola e não se explica pelas leis econômicas de procura e oferta, argumento mais utilizado na mídia generalista quando trata do assunto.

Portanto, vemos que a questão do preço é muito mais complexa do que aparece na grande mídia e está longe de estar resolvida. Porém, podemos concluir que, nos circuitos curtos de comercialização, existe uma tendência em direção a preços mais justos, remuneradores para o agricultor e acessíveis ao consumidor.

O que queremos com esta pesquisa?

Este assunto é muito rico e instigante e ainda há muitas perguntas a serem respondidas: Como explicar a diferença grande de preço em função da variedade de produtos? Por que será que os preços nos supermercados são tão caros? Quais fatores explicam tal diferença? Esperamos que essas questões sejam aprofundadas em outros estudos.

Portanto, além dos resultados obtidos sobre os preços, esta pesquisa tem como principal objetivo provocar a reflexão sobre a comercialização de produtos orgânicos e a construção de preço em um sistema em que as distâncias entre os diferentes elos da cadeia agroalimentar estão cada vez maiores.

O que os GCRs mostram é como os cidadãos podem se organizar para criar suas próprias alternativas ao sistema dominante. Pequenas iniciativas locais podem mudar a dinâmica de algumas famílias, em determinado território, e sua força de multiplicação é grande. A Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável visa justamente a fortalecer essas interações e a emergência de novas iniciativas que compartilhem os princípios do consumo responsável.

Morgane Retière é integrante do Instituto Terra Mater e da Rede Guandu (grupo de consumo responsável de Piracicaba/SP). E-mail: morgane.retiere@gmail.com

Referências bibliográficas

CARNEIRO, C. B. M; PORTILHO, F. “Causumers” – o perfil dos consumidores de produtos orgânicos da Rede Ecológica (RJ). In: VI Encontro Nacional de Estudos do Consumo / II Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo – Vida Sustentável: práticas cotidianas de consumo. Rio de Janeiro, 2012.

CHAVEZ-TAFUR, J. **Aprender com a prática: uma metodologia para sistematização de experiências.** Brasil: AS-PTA, 2007.

GUIVANT, J. S. **Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip.** Ambiente & Sociedade, vol. 6, núm. 2, julho-dezembro, 2003.

HELAL, I. R. **Mini-estudo de comparação de preço no varejo de hortaliças: Orgânico X Convencional.** São Paulo: AAO, 2013.

IBGE. **Sistema Nacional de Índices de Preços ao Consumidor, Métodos de cálculo.** Série Relatórios Metodológicos. Vol. 14, 7a edição. Rio de Janeiro, 2013.

IDEC. “Quer pagar quanto?” **Revista do IDEC.** Abril de 2010. Disponível em: <bit.ly/precoorganicos>

INSTITUTO KAIRÓS; CAPINA (Orgs.) **Práticas de comercialização, uma proposta de formação para a economia solidária e a agricultura familiar.** São Paulo: Instituto Kairós, 2013. Disponível em: <www.institutokairos.net/wp-content/uploads/2014/02/Kairos-Praticas-de-Comercializacao.pdf>

SANTOS, E. P. “Produção orgânica pela lógica de mercado: estratégia de marketing verde em supermercados”. Dissertação de mestrado, UNICAMP. Campinas: 2014. Disponível em: <http://www.unicamp.br/unicamp/sites/default/files/jornal/paginas/ju_594_paginacor_07_web.pdf>

SCIARETTA, C. R. T. *Luxo orgânico.* In: Caderno Ambiente, **Folha de S.Paulo.** São Paulo: 5 de junho de 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/112302-luxo-organico.shtml>>



2

A organização coletiva dos grupos de consumo responsável

Em meio a um cotidiano atribulado e à busca de comodidades, a organização coletiva de produtores e consumidores na dinâmica dos grupos de consumo responsável (GCRs) pode parecer uma utopia dificilmente alcançável. Mas cada vez mais essas práticas têm se espalhado, e demonstram que são uma proposta inovadora que se multiplica no mundo todo.

Iniciar e participar de um grupo de consumo responsável é um desafio que depende de pessoas dispostas a se organizarem coletivamente para acessar produtos da agricultura familiar agroecológica e da economia solidária. Na operação cotidiana de organização e gestão desses grupos, estão dedicados consumidores que pretendem descobrir se outra forma de produção e consumo é possível. Isso depende, em geral, de trabalho voluntário, que produz sentido e mobiliza as pessoas envolvidas.

A atuação de grupos de consumo responsável em várias cidades do país, com suas especificidades e riquezas, trouxe a necessidade de articulação e fortalecimento dessas experiências por meio de uma rede. Assim, apresentamos nesta parte um resgate de como surgiu

a Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável e como esta vem se articulando, apontando suas conquistas e principais desafios enfrentados.

Nesta parte, há ainda as experiências de quatro grupos de diferentes cantos do país. A RedeMoinho, GCR localizado em Salvador/BA, traz um pano de fundo do tema recheado de informações sobre como andam nossa produção e nosso consumo. Já o Sistema de Comercialização Solidária – SISCOS, de Alta Floresta/MT, apresenta como suas diversas atividades se integram, relacionando temas como o consumo e as finanças solidárias, e contribui com reflexões sobre os desafios do envolvimento dos consumidores. A partir do desafio do crescimento do grupo, a Rede Ecológica, que atua no Rio de Janeiro/RJ e em municípios próximos, apresenta a experiência de organizar um curso para aqueles que desejam iniciar a formação e estruturação de novos grupos de consumo responsável.

Por último, a GiraSol, em Porto Alegre/RS, conta os diversos caminhos percorridos: sua experiência inicial, o que levou à sua interrupção e os motivos para sua retomada, amadurecendo questões sobre a proposta e o funcionamento do grupo.

2.1

As várias faces do sistema alimentar e a experiência da Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável

JULIANA GONÇALVES

THAIS MASCARENHAS

As contradições do sistema alimentar

A alimentação ocupa um papel essencial na reprodução da vida humana. “O que comemos é hoje, em grande parte, objeto daquilo sobre o que falamos, o que assistimos, lemos, discutimos, militamos politicamente, combatemos, curtimos, defendemos, regulamos e com que nos identificamos” (BARBOSA, 2016). Mas para garantir o alimento da nossa refeição cotidiana há um complexo percurso envolvido.

O sistema alimentar pode ser entendido como o conjunto das atividades de produção, transformação, distribuição e consumo de alimentos. Seus efeitos, como geração de resíduos, consumo de energia, distribuição do valor agregado, qualidade e informação útil associada ao produto, podem ser mais ou menos negativos para a sociedade e a natureza. Isso depende de como essa cadeia se organiza e como seus atores combinam as regras do jogo. Nota-se que, comumente, os elos dessa complexa cadeia são percebidos separadamente, quando deveriam ser reconhecidos como interdependentes e responsabilizados pelas externalidades que geram.

Desde a segunda metade do século XX, o setor da agroindústria, junto às grandes redes de supermercados, vem contribuindo

1 | Matéria “É possível a vida sem os supermercados”: noticias.consumoresponsavel.org.br/?p=347

do com uma deterioração na agricultura e no abastecimento agroalimentar, que foram submetidos aos mesmos imperativos produtivistas do modelo de desenvolvimento industrial¹. Esse conjunto de estratégias, baseado nas grandes escalas e na concentração de capital nas mãos de poucos, quase sempre remunera mal o agricultor familiar e oferece alimentos de qualidade questionável ao consumidor final. As multinacionais que controlam essa cadeia contam com apoio das elites políticas e instituições internacionais, colocando o lucro à frente da segurança alimentar e do respeito ao meio ambiente (VIVAS & MONTAGUT, 2011).

No Brasil, a concentração da terra impacta fortemente o sistema alimentar. É um dos fatores responsáveis pelo doloroso quadro do êxodo rural, da apropriação de recursos naturais e bens comuns etc. Essa concentração está associada a um modelo agrícola baseado no monocultivo, voltado à produção de *commodities* para exportação, e não para a produção de alimentos. Tal modelo coloca à margem do desenvolvimento as populações camponesas, indígenas e quilombolas. E as elites rurais e grandes corporações, muitas vezes, encontram na política o aliado que necessitam para manter seus privilégios (OXFAM, 2016).

Como resposta aos limites do sistema alimentar convencional, noções de redes alimentares alternativas e de realocação dos alimentos vêm desabrochando. Os espaços urbanos têm sido cada vez mais desafiados a estabelecer novas relações e resgatar vínculos com a agricultura e o meio rural. A lógica dos Circuitos Curtos Alimentares (CCA), por exemplo, procura reduzir os intermediários na cadeia de abastecimento, promovendo relações mais diretas entre produtores e consumidores. Embora modelos convencionais e alternativos sejam diferentes e assentados em princípios bastante distintos, vale dizer que existem pontos de contato e há redes que se cruzam e se comunicam (SCHNEIDER et al., 2016).

A distância cada vez maior entre produtores e consumidores, a preocupação com o que vai à mesa e com a origem do que se come são fatores que têm motivado cidadãos, ao redor de todo o mundo, a engajarem-se através da alimentação. Os grupos de consumo responsável (GCRs) são iniciativas com esse propósito e despontam como uma alternativa aos circuitos alongados de abastecimento alimentar. Baseiam sua atuação na ação direta com agricultores familiares, viabilizando a compra de alimentos saudáveis a preços acessíveis e reforçando o estímulo à produção local. Buscam uma relação de confiança e apoio mútuo com os produtores e valorizam aspectos invisibilizados nas prateleiras dos supermercados, como a organização coletiva da produção, transparência na formação de preço, sazonalidade dos alimentos e produtos regionais e tradicionais. A participação na gestão e as responsabilidades compartilhadas para o seu funcionamento são alguns elementos que delineiam o perfil desses grupos. Escolher se envolver e consumir nesses espaços evidencia que consumir é um ato político.

Na construção de novas perspectivas para o sistema alimentar, os GCRs e diferentes movimentos sociais são indispensáveis. Mas não podemos apostar todas as expectativas e responsabilizar exclusivamente os consumidores nessa transformação. A construção de alternativas não é prerrogativa de um único ator social. Não é apenas o Estado, o mercado, ou a sociedade civil que, isoladamente, poderá propor e construir alternativas (SCHNEIDER et al, 2016). O tema do abastecimento alimentar carece de maior espaço no debate público e no planejamento das cidades. Isso é essencial para que cada vez mais pessoas sensibilizem-se e queiram se envolver. Os diferentes atores sociais poderão, então, pensar e agir conjuntamente, construindo estratégias que visem superar os limites do atual sistema.

As múltiplas dimensões dos grupos de consumo responsável

Há diversas referências ao longo da história sobre a formação de organizações de aquisição de bens e serviços de forma coletiva, como estratégia de luta e sobrevivência. A origem dos GCRs nos remete às cooperativas de consumo que surgiram a partir do início do séc XIX na Europa, inspiradas pelos socialistas utópicos, como Robert Owen (SINGER, 2002). O surgimento desses grupos é, portanto, mais antigo que as atuais estruturas convencionais, como supermercados e shopping centers.

Em todo o mundo há pessoas, nos ambientes rural e urbano, envolvidas em formas alternativas de produção e consumo. As nomenclaturas podem mudar: Teikeis no Japão; GAS (Gruppi di Acquisto Solidari, ou Grupos de Compra Solidária) na Itália; AMAPs (Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne, ou Associação para a Manutenção de uma Agricultura

Camponesa) na França; GCRs no Brasil; CSAs (Community Supported Agriculture, ou Comunidade que Sustenta a Agricultura)² em diversos países etc. E as práticas podem variar de acordo com especificidades culturais, geográficas, econômicas e políticas nas quais as experiências se inserem. Cada um com seu jeito de entender e praticar o consumo responsável. Mas há um propósito comum: cidadãos dispostos a compartilhar riscos e benefícios, em diferentes graus e de diferentes formas, para construir coletivamente relações agroalimentares, entre o campo e a cidade, mais justas e solidárias.

Situa-se no final da década de 1970 o surgimento das primeiras iniciativas de consumidores organizados para a compra de orgânicos³, no Brasil. Essas experiências foram desarticulando-se com o crescimento das lojas de produtos naturais e

2 | Segundo a matéria “É possível a vida sem os supermercados” estima-se que atualmente existam mais de 1.600 AMAPs na França, mais de 1.300 fazendas que participam do CSA nos EUA e no Canadá, mais de 900 GAS na Itália e mais de mil Teikeis no Japão.

3 | A Coolmeia – Cooperativa Ecológica, em Porto Alegre (RS); e a Coonatura – Cooperativa de Consumidores de Produtos Naturais, no Rio de Janeiro (RJ).

4 | O mapeamento é fruto de articulação entre os GCRs e o Instituto Kairós ao longo dos últimos anos.

5 | Comercializam em menor escala: itens de limpeza e higiene pessoal, papelaria, produtos terapêuticos, artesanato etc.

6 | Cartilha com detalhes sobre a organização de GCRs:
goo.gl/Nw7UcV

7 | A rede singular é o tipo que caracteriza, por exemplo, a Rede Guandu (Piracicaba-SP) e a ComerAtivaMente (São Paulo-SP). Já a Rede Ecológica, no Rio de Janeiro, é um exemplo de rede capilar.

venda de orgânicos nos supermercados nos anos 1990 (CARNEIRO, 2012). Atualmente, foram identificados⁴ cerca de 25 grupos de consumo responsável ativos no país.

Pode-se afirmar que os GCRs, em geral, comercializam alimentos agroecológicos frescos, processados e grãos⁵. Costumam organizar os pedidos semanalmente, a partir dos itens disponíveis, e os produtores fazem a colheita conforme os pedidos. Um local e dia da semana são combinados para a entrega e retirada dos produtos. Nota-se que cada experiência organiza sua gestão e logística de maneira própria, fruto das oportunidades e ausências de cada contexto local. E vão criando seus acordos⁶ e adaptando suas estratégias, ao longo do tempo.

Nesses grupos existem dois tipos principais de organização da distribuição: rede singular e rede capilar. Na rede singular, os produtos são recebidos e distribuídos no mesmo local. Na capilar, o produto é recebido em um local e redistribuído para outros pontos, onde os consumidores fazem a retirada⁷.

Um tema importante para os grupos é a qualidade dos alimentos. É como o ditado que às vezes ouvimos: “Se você conhece bem seu médico, como não conhece seu agricultor?”. Sabemos que a rastreabilidade confere ao consumidor um aumento da transparência na cadeia alimentar. O fato de

os GCRs estabelecerem uma relação de confiança com os produtores faz com que, muitas vezes, a certificação formal do produto orgânico seja dispensada. A garantia da qualidade do produto é verificada de diversas formas, por exemplo, através de visitas à propriedade rural. Essa relação com os produtores

extrapola os critérios estritamente técnicos de qualidade. Há uma visão ampliada que valoriza mais o processo e não se restringe ao produto. Uma visão que envolve laços humanos e sua interação com o meio ambiente.

“A distância cada vez maior entre produtores e consumidores, a preocupação com o que vai à mesa e com a origem do que se come são fatores que têm motivado cidadãos, ao redor de todo o mundo, a engajarem-se através da alimentação. Os grupos de consumo responsável (GCRs) são iniciativas com esse propósito e despontam como uma alternativa aos circuitos alongados de abastecimento alimentar.”

É a partir dessa dimensão do processo como um todo que se pode dizer que as práticas dos GCRs se identificam com os princípios e critérios do Comércio Justo e Solidário (CJS). Os GCRs buscam estabelecer suas práticas de maneira dialogada, baseados no fortalecimento da democracia e nas condições justas de produção. Empenham-se na construção de processos transparentes de formação de preços, respeitando o meio ambiente e a diversidade, tecendo relações transparentes com os demais consumidores e integrantes da cadeia comercial. Ainda que para isso enfrentem inúmeros desafios (MASCARENHAS; GONÇALVES, 2016).

Embora uma das motivações centrais desses coletivos seja acessar produtos de qualidade, os GCRs não são apenas lojas

de orgânicos. Na atuação desses grupos, prática e reflexão caminham juntas. Por isso, além de garantir o abastecimento de produtos, a maioria desenvolve atividades educativas, culturais e de comunicação junto aos consumidores e produtores. Práticas como degustação de produtos, oficinas, palestras, visitas aos produtores, entre outras, são eventos que pretendem aproximar os diferentes atores envolvidos, incentivando o diálogo, esclarecimentos sobre a produção de alimentos e reflexões sobre a comercialização.

A Rede Guandu (Piracicaba-SP), por exemplo, motivada a refletir sobre a padronização dos processos produtivos e a monotonia dos hábitos alimentares na atualidade, promoveu, no momento de retirada dos pedidos, uma oficina degustativa sobre Biodiversidade no Prato. O evento buscou resgatar o cultivo e o uso culinário de plantas não convencionais⁸. São plantas nativas ou exóticas bem-adaptadas ao ambiente que, muitas vezes, crescem de maneira espontânea em hortas, parques e jardins. Muitas eram de uso comum no passado, mas foram deixadas de lado e são ameaçadas de extinção. O resgate do seu cultivo e modos de preparo é essencial para enriquecer novamente nossa alimentação, as hortas dos agricultores e a cultura culinária popular.

Outra característica que vale destacar sobre os GCRs é que o perfil da maioria de seus consumidores pertence à classe média, o que enfatiza a importância de fomentar tais práticas junto às classes populares. Inclusive porque sabemos que, quando a cadeia de abastecimento fica mais curta, o produtor pode oferecer alimentos a um preço mais acessível ao consumidor, além de garantir maior apropriação do valor final de seu produto. Os GCRs, assim como as feiras agroecológicas e os mercados institucionais⁹, são exemplos de espaços onde o produtor pode fazer a venda direta, contribuindo para a democrati-

8 | Como taioba, vinagreira, capuchinha, ora-pro-nóbis, caruru, beldroega, azedinha, serralha, peixinho etc.

9 | Por exemplo, o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA).

zação do acesso ao alimento de qualidade. Portanto, esses canais de comercialização devem ser fomentados pela sociedade e pelo poder público, para que se consolidem também nas periferias.

10 | Destaca-se aqui a atuação do MICC – Movimento de Integração Campo-Cidade (na zona leste da cidade de São Paulo), do CCRU – Coletivo de Consumo Rural Urbano (em Diadema/SP) e da Rede Tapiri (em Manaus/AM).

Ainda que a maioria dos GCRs mobilize consumidores de classes mais favorecidas, nota-se a existência de iniciativas¹⁰ que atuam em regiões periféricas, viabilizando o acesso a alimentos de qualidade para a população de baixa renda. O MICC é um belo exemplo disso. Fornece cestas quinzenais de hortaliças, provenientes de agricultores familiares de Ibiúna (SP), para cerca de 700 famílias consumidoras, em espaços articulados em parceria com a Igreja na periferia de São Paulo.

Os GCRs no Brasil, somados às experiências mapeadas ao redor do mundo, mostram que não são um fenômeno isolado, mas sim um conjunto de iniciativas que representa uma reação aos contextos de insegurança alimentar e da perda de vínculo entre o campo e a cidade. A aproximação entre produtores e consumidores promovida pelos GCRs gera benefícios nas duas pontas e pode se potencializar quando articulada em redes de cooperação.

Tecendo uma rede brasileira

A palavra “rede” nos remete a conexões, fluxos, encurtamento de distâncias, estreitamento de laços. Permite a passagem de um elemento a uma totalidade e tem a intenção de fortalecer as partes através da ampliação de suas conexões. Olhando para a prática dos GCRs percebemos que suas ações são fortalecidas pelo formato de atuação em rede. Cada grupo é uma rede em si e suas ações econômicas, políticas e sociais se potencializam mutuamente.

Sabe-se que diversos GCRs já se conheciam e estabeleciam relações de trocas de maneira espontânea. Mas houve um mo-

11 | A partir do trabalho que já realizava com educação para o consumo responsável e do contato de vários GCRs.

mento em que essas articulações foram ganhando mais corpo. Em 2009, surgiu¹¹ a proposta de o Instituto Kairós realizar um levantamento do perfil dos GCRs, para entender suas múltiplas práticas e motivações. Essa integração se intensificou à

medida que ocorreram alguns encontros presenciais entre membros de GCRs e também através de ferramentas virtuais de uso comum. Nos anos de 2011, 2013 e 2015 foram realizados, respectivamente, o I, II e III Encontro Nacional dos GCRs, apoiados pelo Instituto Kairós¹². Esses encontros buscaram aproximar e articular diversos grupos mapeados pelo Brasil para reconhecer e fortalecer mutuamente suas práticas operacionais, educativas e políticas. Foi a partir do primeiro encontro, em 2011, baseada no princípio da autogestão, que emergiu a Rede Brasileira dos Grupos de Consumo Responsável.

Atualmente, fazem parte dessa rede cerca de 25 GCRs espalhados por todo o país, conforme apresentado no mapa a seguir (próxima página).

12 | Por meio de projetos com o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) e Ministério do Trabalho (MT).

Vale destacar que o mapa mostra os GCRs integrantes da Rede Brasileira nesse momento e que chegaram de forma voluntária¹³. Certamente existem mais iniciativas como os GCRs no país. De forma geral, a maior parte dos grupos da rede está no estado de São Paulo. Tal limitação representativa

13 | Não existe um trabalho de mapeamento ativo de novos GCRs.

pode se dar pelo fato de o Instituto Kairós, que vem atuando na articulação da rede, obter mais contatos em sua região de origem.

São cerca de 3.500 consumidores participantes de GCRs, interagindo com cerca de 370 produtores da agricultura familiar de base agroecológica e da economia solidária. Cada grupo se organiza livremente, não há um padrão, uma receita de bolo. Assim, o número de consumidores e produtores por grupo pode

Rede de Grupos de Consumo Responsável

- A** Cantasol
- B** CCRU – Coletivo de Consumo Rural Urbano
- C** CCRU – SOLO (Coletivo de Consumo Rural Urbano – Solidariedade Orgânica)
- D** Coletivo Trocas Verdes
- E** ComerAtivamente
- F** Compras Coletivas Ecosolidárias
- G** Consumo Consciente ABC
- H** CSA São Carlos
- I** Direto da Roça
- J** Feira Virtual - Associação Bem da Terra
- K** Grupo de Consumidores Responsáveis do Benfica
- L** Grupo de Consumo Responsável Tapiri
- M** MICC
- N** Rede Agroecológica Caiçara
- O** Rede Ecológica
- P** Rede Guandu
- Q** Rede Raízes da Mata
- R** Rede Terra Viva
- S** Rede Trem Bão
- T** RedeMoinho
- U** SISCOS - Sistema de Comercialização Solidária
- V** Uilikandé
- W** GIA - Grupo de Integração Agroecológica
- X** Projeto Cala-boca já morreu
- Y** Rede Agroecológica de São Carlos



Figura 1: Mapa da Rede Brasileira de GCRs. Fonte: Instituto Kairós.

Disponível em: goo.gl/ReCwc2. Acesso em Dez/2016.

14 | Dados sobre consumidores e fornecedores obtidos a partir dos questionários respondidos para o III Encontro Nacional dos Grupos de Consumo Responsável, em agosto de 2015.

15 | Como o curso desenvolvido pela Rede Ecológica (RJ), para fomentar novos grupos principalmente nas periferias.

16 | Pesquisa coordenada pelo Instituto Terra Mater, no âmbito de projeto executado pelo Instituto Kairós junto à Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho e Emprego (SENAES/MTE). Contou com a participação voluntária de cinco GCRs em diferentes regiões do país, completando um ano de coleta de preços em cinco cidades para 22 tipos de frutas, hortaliças e ovos. Disponível em institutokairos.net.

variou bastante, tendo iniciativas com cerca de dez consumidores e outras com quase mil. Grupos com apenas um produtor e outros com mais de trinta¹⁴. Ainda sobre os consumidores, sabendo que geralmente compartilham suas compras de alimentos com a família, considerando uma família de quatro integrantes na média, pode-se estimar que cerca de 14 mil pessoas consomem produtos adquiridos em GCRs, no Brasil.

Desde o primeiro encontro da rede, realizado em 2011, já se passaram cerca de cinco anos. Ao longo desse período a interação entre os grupos gerou notável acúmulo. Hoje conhecemos melhor o perfil dos grupos, seus valores, motivações, modos de funcionamento, abrangência geográfica etc. A troca de metodologias¹⁵ e materiais educativos desenvolvidos pelos grupos foi potencializada e novos saberes derivaram dessa ação em rede. Soluções que podem ser aprimoradas, multiplicadas e que surgiram através do pensar e fazer coletivo. Um exemplo que merece destaque foi uma pesquisa¹⁶ comparativa de preços, realizada com a contribuição de vários GCRs e que buscou responder à pergunta: “O alimento sem veneno é sempre mais caro?”.

Dentre as necessidades comuns aos grupos da rede, sabe-se que o desenvolvimento de ferramentas que facilitam a gestão é um gargalo. Gerir um GCR representa trabalho. Inúmeras tarefas precisam ser realizadas regularmente para garantir o bom funcionamento das entregas. Uma ferramenta¹⁷ de gestão de pedidos on-line foi desenvolvida (com o apoio do Instituto Kairós e do Instituto Terra Mater) e está disponível gratuitamente para todos os GCRs, tendo suas funciona-

17 | Manual da ferramenta cirandas.net/samasti/manual.

18 | Esse acervo de materiais pode ser acessado através do site institutokairos.net.

19 | O App ResponSA e o Portal do Consumo Responsável são plataformas que articulam produção justa e sustentável e consumo responsável pela internet. Baixe o ResponSA no GooglePlay e acesse consumoresponsavel.org.br

lidades constantemente aprimoradas graças ao apoio de grupos da Rede Brasileira de GCRs por desenvolvedores militantes.

Uma boa comunicação também é fundamental para garantir o fluxo de informações em uma rede, sobretudo quando se trata de uma rede de abrangência nacional. Para dinamizar a comunicação entre seus membros, a Rede Brasileira de GCRs conta com um grupo virtual de e-mails que funciona principalmente para articulação de parcerias e tomada de decisões coletivas. Há também grupos no Facebook e no WhatsApp para circular comunicados e temas de interesse comum aos membros da rede. Na comunicação junto ao público em geral, há um amplo e diversificado conjunto de materiais produzidos¹⁸, como: mapa virtual com geolocalização dos grupos; minidocumentário apresentando a rede; categoria específica no mapa do aplicativo ResponSA¹⁹ etc.



20 | Muitos desses materiais foram produzidos por membros de GCRs.

Entre os materiais educativos para aprofundamento no tema destacam-se: cartilhas sobre organização de GCRs e categoria especialmente dedicada aos GCRs na biblioteca do Portal do Consumo Responsável, reunindo artigos e produções²⁰ acadêmicas sobre a temática. Para fortalecer ainda mais a identidade comum entre os grupos, foi desenvolvida, a partir de *briefing* participativo, a logomarca da Rede Brasileira de GCRs.

“Foi a partir do primeiro encontro, em 2011, baseada no princípio da autogestão, que emergiu a Rede Brasileira dos Grupos de Consumo Responsável.”

Em relação à governança da rede, os encontros presenciais foram marcados pela vontade dos grupos de organizar um espaço participativo de tomada de decisões. No III Encontro da Rede (2014), constituiu-se um conselho para sua animação e articulação. Durante certo tempo, o conselho funcionou principalmente por meio de reuniões virtuais. Porém, a continuidade da sua dinâmica é um constante desafio, dada a grande carga de trabalho que cada grupo já demanda e o fato de atuarem essencialmente com colaboração voluntária.

Através dos mecanismos citados, essa rede relaciona-se e comunica-se para dentro e para fora. Na prática, nota-se que na Rede Brasileira de GCRs as trocas simbólicas são mais intensas, uma vez que a distância geográfica dificulta a realização de parcerias comerciais. As parcerias mais concretas tendem a ocorrer em âmbito territorial, como se deu com os GCRs da região metropolitana de São Paulo, constituindo-se a Rede de Grupos de Consumo Responsável Sampa. A Rede de GCRs Sampa se apresenta como experiência a ser multiplicada em outros territórios, mostrando que a proximidade entre os grupos permite

interações como logística solidária e compras compartilhadas, promovendo maior diversidade de produtos nos grupos, divisão de custos com transporte, entre outros ganhos coletivos.

A Rede Brasileira de GCRs segue em construção, tecendo diálogos e fluxos educativos e econômicos. E essas ações precisam ser ampliadas para que se consiga melhor articular as práticas de consumo responsável pelo país e fortalecer politicamente sua pauta. A articulação dos GCRs numa rede nacional e de cada grupo em sua rede local mostra a complexidade das relações entre os atores envolvidos e sua potencialidade. Se, por um lado, a formação da rede e dos GCRs parece pouco numerosa, por outro, torna-se fundamental para demonstrar dinâmicas alternativas de consumo. Dinâmicas que buscam questionar o sistema alimentar convencional, levando ao debatido público uma reflexão que, em grande medida, faz sentido: “Você é o que você come”.

Juliana Gonçalves e Thais Mascarenhas são integrantes do Instituto Kairós e coordenaram o projeto de fortalecimento da Rede Brasileira de GCRs, em parceria com a Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho, de 2013 a 2016. Pesquisam e já produziram outros artigos e materiais educativos sobre a temática da organização coletiva do consumo responsável e dos circuitos curtos agroalimentares. E-mails: i.kairos@yahoo.com.br / julianagoncallves@yahoo.com.br / thaismas@yahoo.com.

Referências Bibliográficas

BARBOSA, L. A Ética e a estética na alimentação contemporânea. In: SCHNEIDER, S.; CRUZ, F. T.; MATTE, A. (Orgs.). **Produção, consumo e abastecimento de alimentos: desafios e novas estratégias**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016, pp.95-117

CARNEIRO, C. B. M. **Compras Coletivas de produtos orgânicos e participação política: um estudo de caso da Rede Ecológica (RJ)**. Rio de Janeiro, 2012, 192 fls. Dissertação (mestrado) - Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

DAROLT, M. R. et al. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Revista Agriculturas**. v.10, n.2, jun. 2013, pp. 8-13. Disponível em: < <http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2013/09/Revista-Agriculturas-V10N2-Artigo-1.pdf> >

INSTITUTO KAIRÓS; CAPINA (Orgs.). **Práticas de comercialização: uma proposta de formação para a economia solidária e a agricultura familiar**. São Paulo: Instituto Kairós, 2013. Disponível em: < www.institutokairos.net >.

INSTITUTO KAIRÓS; PISTELLI, R. S. S.; MASCARENHAS, T. S. **Organização de Grupos de Consumo Responsável**. Série: Caminhos para as práticas de consumo responsável. São Paulo: O Instituto, 2011. Disponível em: < www.institutokairos.net >.

LAMINE, C. Settling Shared Uncertainties: Local Partnerships Between Producers and Consumers. **Sociologia Ruralis** - European Society for Rural Sociology, v.45, n.4, out. 2005.

MASCARENHAS, T. S.; GONÇALVES, J.; BENSADON, L. S. A atuação dos grupos de consumo responsável no Brasil: expressões de práticas de resistência e intercâmbios em rede. In: EN-

CONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO, 7., 2014, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2014.

MASCARENHAS, T.; GONÇALVES, J. Grupos de consumo responsável: práticas de consumidores baseadas no comércio justo e solidário. In: STELZER, J.; GOMES, R. (Orgs.). **Comércio justo e solidário no Brasil e na América Latina**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC, 2016.

OXFAM. **Terrenos da desigualdade: terra, agricultura e desigualdades no Brasil rural**. Documento publicado pela Oxfam Brasil, nov. 2016. Disponível em: < https://www.oxfam.org.br/sites/default/files/arquivos/relatorio-terrenos_desigualdade-brasil.pdf >.

PREISS, P. V.; MARQUES, F. C. Tendências no movimento de re-localização alimentar brasileiro: uma análise de Iniciativas Colaborativas de Compras. In: **Tessituras**. Pelotas, v.3, n.2, jul./dez. 2015, pp.269-300.

SCHNEIDER, S.; CRUZ, F. T.; MATTE, A. Estratégias alimentares e de abastecimento: desafios e oportunidades para as cidades e para o meio rural. In: SCHNEIDER, S.; CRUZ, F. T.; MATTE, A. (Orgs.). **Produção, consumo e abastecimento de alimentos: desafios e novas estratégias**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016, pp.9-22

SINGER, P. **Introdução à economia solidária**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2002.

VIVAS, E.; MONTAGUT, X. (Coords.). **Do campo para a mesa: os circuitos de produção e de distribuição de alimentos**. Portugal, Sururu, Produções Culturais / CIDAC / Mó de Vida, 2011.

2.2

O contexto brasileiro da produção ao consumo e uma experiência baiana que constrói alternativas

DIOGO RÊGO

Este texto busca refletir sobre a importância da articulação entre a produção e o consumo na perspectiva da agroecologia, da economia solidária e do consumo responsável. Vamos traçar um panorama sobre o contexto atual dos padrões de produção e consumo, para discutir a importância da organização do consumo a partir da experiência da RedeMoinho, na Bahia.

Como anda a nossa produção?

Em março de 2015 as manchetes de alguns jornais afirmavam que a inflação do mês anterior, no Brasil, tinha sido puxada pela alta no valor dos alimentos. No entanto, sabemos que os esclarecimentos para esse tipo de aumento são, em geral, superficiais e que poucos meios de comunicação aprofundam o debate sobre o tema. Segundo a Oxfam (2011), o preço dos alimentos no mundo deve subir entre 70% e 90% até 2030 e, a depender das mudanças climáticas, pode haver uma variação ainda maior¹. As causas para esse fenômeno são diversas, desde a escassez crescente de água até o aumento do custo de energia, entre outras. Essa elevação dos preços afetaria sobretudo as pessoas de baixa renda, cujo gasto com alimentação pode representar até 50% da renda mensal.

¹ | Para acessar a pesquisa “Cultivar un futuro mejor: justicia alimentaria en un mundo con recursos limitados”, de Robert Bailey, Oxfam International, 2011, oxfam.org/es/informes/cultivar-un-futuro-mejor

No Brasil, país considerado um exportador de alimento, a situação também é grave. Nosso modelo de desenvolvimento agrícola acentua desigualdades sociais e segue essa triste tendência. A organização do agronegócio tem como principais características a monocultura em grandes áreas de terra, a utilização massiva de agrotóxicos e o desrespeito às dinâmicas locais de produção e comercialização. A maioria dos brasileiros provavelmente não dá tanta importância para isso, pois não acessa informações sobre como esse modelo de produção tem impacto na vida, independentemente de estar no campo ou na cidade.

Para refletir sobre a crise em que esse modelo agrícola nos coloca, é preciso fazer um contraponto com a agricultura familiar, que atualmente é responsável pelo abastecimento de 70% dos nossos alimentos e 54% dos nossos produtos agropecuários (IBGE, 2009). A agricultura familiar corresponde a 84,4% das propriedades rurais, mas ocupa apenas 24% da área agrícola. Isso significa que no Brasil 15,6% de agricultores concentram 76% das terras. Além disso, a cada 100 hectares produzidos, a agricultura familiar gera cerca de quinze empregos, contra apenas dois da agricultura não familiar. Desse modo, a grande maioria das pessoas com ocupação no campo (74,4%) é oriunda da agricultura familiar. Acontece que nem sempre esses números refletem uma condição digna para tais produtores e produ-

toras rurais. Na Bahia, estado que possui o maior número de agricultores familiares do Brasil², 46% desses agricultores são pobres (*renda per capita* menor que R\$ 140 por mês) e 18% são extremamente pobres (*renda per capita* menor que R\$ 70 por mês). Mesmo com essa disparidade de tratamento, a agricultura familiar continua produzindo mais que o agronegócio.

² | Quinze por cento dos agricultores familiares do Brasil estão na Bahia (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Censo agropecuário – 2006. Rio de Janeiro, 2009.)

A priorização do agronegócio tem consequências atuais e futuras. Uma delas é a “crise” geracional. De modo geral, os jovens não estão interessados no cultivo agrícola. Com isso, a tendên-

cia é que a geração atual dos agricultores familiares não consiga ter na família a continuidade de sua atividade laboral. E qual a consequência disso? Provavelmente as terras terão outra função ou serão vendidas para outros médios e grandes agricultores, que, em geral, não priorizam a plantação de alimentos, pois o retorno financeiro é menor.

“A organização do agronegócio tem como principais características a monocultura em grandes áreas de terra, a utilização massiva de agrotóxicos e o desrespeito às dinâmicas locais de produção e comercialização”

3 | Ver “Dossiê Abrasco – Um alerta sobre os impactos dos agrotóxicos na saúde”, da Associação Brasileira de Saúde Coletiva (Abrasco), 2012.

4 | Para mais informações, goo.gl/GoQc5R

5 | Enquanto este texto era fechado já havia matérias afirmando que esta quantidade saltou para mais de 7 litros anuais por habitante.

Como se não bastasse o aumento no preço já mencionado, também comemos alimentos com qualidade comprometida. Desde 2008, o Brasil é o maior consumidor de agrotóxicos do mundo, superando os Estados Unidos. Em 2011, o país representou 19% da venda de agrotóxicos no mundo, enquanto os Estados Unidos, 17% (ABRASCO, 2012)³. Esse é um dado bastante interessante, pois o Brasil produz em uma área quase cinco vezes menor que a dos Estados Unidos e ainda assim consumimos mais venenos do que eles. Isso ocorre porque muitos dos venenos consumidos aqui são proibidos na maior parte do mundo⁴. Além disso, enquanto nos últimos dez anos o mercado mundial de agrotóxicos cresceu 93%, no mercado brasileiro cresceu 190% e o total consumido equivale a uma média de 4,5 litros por ano desses produtos por habitante (ABRASCO, 2012)⁵.

6 | Segundo a FAO (2013), entre 1970 e 2008, a biodiversidade no mundo foi reduzida em 30%, sendo 60% dessa perda registrada em países muito pouco desenvolvidos. Além disso, houve uma duplicação pela demanda de recursos naturais e, atualmente, o mundo consome 50% mais recursos naturais do que o planeta tem capacidade de repor. Por fim, afirma que, se todos consumissem no ritmo de um cidadão americano, seriam necessários mais quatro planetas para podermos viver. Há ainda uma vinculação entre uma alta Pegada Ecológica 54 e IDH D 55, o que reforça a conclusão de que a maioria dos países com IDH D elevado melhorou o bem-estar de seus cidadãos à custa de uma pegada expressiva (WWF, 2012). Ver “El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2013: food systems for better nutrition”, organizado pela Food And Agriculture Organization of the United Nations (FAO), Roma, 2013. fao.org/docrep/018/i3300e/i3300e.pdf. Acesso em: 10 jun. 2015.

Há ainda a questão dos produtos transgênicos, que também são chamados de organismos geneticamente modificados (OGM). O governo brasileiro tem, ao contrário de outros países no mundo, liberado o consumo desses alimentos sem uma quantidade suficiente de pesquisas e testes. Além disso, o transgênico também prejudica a agricultura familiar. O problema começa antes mesmo do plantio: os OGMs geram uma dependência entre sementes melhoradas, adubos e defensivos químicos. Quando se usa uma semente transgênica, muitas vezes as únicas disponíveis no mercado, o produtor é incentivado a colocar agrotóxico para que ela se desenvolva mais rápido, evitando pragas. Porém, essas plantas híbridas geram sementes não “férteis”, impossibilitando o agricultor de utilizá-las nos plantios seguintes, sendo necessário comprar novas sementes. Isso leva a uma dificuldade ainda maior de capital de giro. Há também impacto ambiental, pois algumas sementes transgênicas interferem na polinização de sementes não transgênicas, gerando plantas geneticamente alteradas, com anomalias ou incapazes de produzir outras sementes, comprometendo a diversidade das variedades tradicionais.

Como anda o nosso consumo?

Consumir gera impacto social, econômico e ambiental. Em todos esses campos o consumo pode ter uma contribuição positiva ou negativa, a depender das nossas escolhas⁶.

Atualmente, nossos padrões de consumo revelam enormes desigualdades sociais, por exemplo, en-

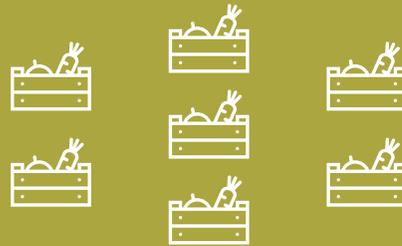
Agricultura familiar

Agronegócio

ALIMENTOS

70%

responsável pelo abastecimento de **70%** dos nossos alimentos



ALIMENTOS

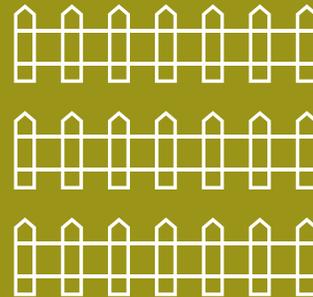
30%

responsável pelo abastecimento de **30%** dos nossos alimentos

PROPRIEDADES

84%

corresponde a **84,4%** das propriedades rurais



PROPRIEDADES

16%

corresponde a **16,6%** das propriedades rurais

ÁREA

24%

ocupa apenas **24%** da área agrícola



ÁREA

76%

ocupa **76%** da área agrícola.

EMPREGOS

15

a cada 100 hectares produzidos, gera cerca de **15** empregos.



EMPREGOS

2

a cada 100 hectares produzidos, gera cerca de **2** empregos.

- 7 | SUISSSE, Credit. Global Wealth Report 2013. Zurich: Crédit Suisse. publications.credit-suisse.com/tasks/render/file
- 8 | fao.org/docrep/018/i3300e/i3300e00.htm tre as pessoas economicamente ativas, os 0,7% mais ricos possuem 41% da riqueza mundial, enquanto 68,7% possuem apenas 3% dessa riqueza (SUISSSE, 2013)⁷. Já no âmbito da segurança alimentar, a FAO (2013)⁸ aponta para o cenário de que um terço de todos os alimentos produzidos é perdido ou desperdiçado e, em contraponto, 870 milhões de pessoas passam fome todos os dias no mundo. Ou seja, o problema global não passa pela falta de alimentos, mas pela sua má distribuição e pelo desperdício.

A partir dessas e outras características, a sociedade moderna foi apelidada de sociedade do consumo, e o ato do consumo em si, de consumismo. Os consumidores são assediados continuamente por tentações que aparentemente precisam ser satisfeitas. No entanto, nunca se alcança a sociedade dessas supostas necessidades, fazendo com que

- 9 | CORRÊA, Tobias Damião. Redes econômicas solidárias e desenvolvimento: perspectivas emancipatórias na sociedade de consumo. Revista de Estudos Sociais, v. 10, n. 20, 2011, p.12. desse modo que o ciclo do consumo se reinicia constantemente, e revela um mundo transformado em todas as suas dimensões – econômicas, políticas e pessoais – segundo o padrão do mercado, que está pronto para agradar e mudar suas atrações com uma velocidade cada vez maior (CORRÊA, 2011)⁹.

O contexto atual do consumo pode ser compreendido melhor se analisado historicamente, principalmente a partir da Revolução Industrial e do conseqüente fortalecimento do capitalismo. Com o incremento na produção em escala, era necessário que houvesse consumidores “dispostos” ao consumo na mesma medida, a fim de que os bens e serviços fossem escoados. Desta forma, desenvolveu-se uma cultura capaz de direcionar o indivíduo a satisfazer suas necessidades e desejos através do consumo, de modo que as pró-

prias identidades individuais passaram a estar fortemente ligadas ao que se consome. A comercialização se tornou um processo impessoal em que trocar, comprar e/ou vender produtos passaram a ser atos mecânicos e individuais, desprovidos de relações afetivas e emocionais. Com isso, o próprio consumo promove um esvaziamento das relações coletivas e dos sentimentos de solidariedade (CORRÊA, 2011; PAULI, 2003)¹⁰.

- 10 | PAULI, Jandir. O consumo solidário na perspectiva da estruturação de redes. Proposta, Rio de Janeiro, v. 98, p. 62-69, 2003.

Apesar do cenário que está colocado, entendemos que o consumo não deveria ser compreendido como um ato individual, pois nossas escolhas de consumo têm efeito e interferem na sociedade da qual somos parte. O consumo influencia e é influenciado pela sociedade, podendo ser utilizado para apoiar diferentes formas de desenvolvimento.

Desafios da aproximação entre produção e consumo: o exemplo da RedeMoinho

Para superar o sistema dominante, muitas pessoas escolhem seguir um caminho alternativo: o de produzir e consumir de forma crítica, afirmando uma outra forma de produção, comercialização e consumo, comprometida com a solidariedade.

Um dos maiores desafios na aproximação entre produção e consumo é a organização deste último, que em geral é realizado individualmente. Porém, novos arranjos estão surgindo, e mos-

- 11 | Os GCRs existem em diversos locais do mundo, com especial destaque para a Europa, onde a prática já se tornou comum em diversas cidades.

tram que o consumo pode ser feito a partir de uma ação coletiva, como é o caso dos grupos de consumo responsável (GCRs)¹¹, que defendem a ideia de que o consumidor deve ter consciência do seu papel e agir consumindo produtos elaborados de acordo com princípios e relações (entre produtores e consumidores) convergentes com o que acredita.

12 | Para conhecer a experiência da RedeMoinho redemoinho.coop.br

A RedeMoinho¹² é um grupo de consumo responsável que está em Salvador/BA e existe desde 2008. Seu principal objetivo é articular a produção e o consumo, libertando as pessoas do comércio intermediarista, através da comercialização e do beneficiamento de produtos oriundos de uma produção socialmente justa, ambientalmente sustentável e biologicamente saudável, tendo em vista a melhoria de qualidade e preço desses produtos e as facilidades no seu abastecimento.

A Rede fomenta internamente a colaboração entre os cooperados, cidadãos que produzem e consomem, entendendo o consumo responsável como um ato político e consciente de mudança social e de fortalecimento mútuo para a transformação e melhoria da qualidade de vida das pessoas e das comunidades onde elas estão inseridas. Atualmente, escoam seus produtos semanalmente através de: distribuição de produtos da agricultura familiar e economia solidária em sua sede ou entregando em domicílio; eventos e feiras esporádicas; feirinhas em escolas; e distribuição de produtos ao mercado atacadista de Salvador.

Ao longo de sua trajetória, a RedeMoinho já passou por situações curiosas que apontam para o desafio da articulação entre a produção e o consumo. Esses episódios demonstram que a comercialização esbarra na nossa capacidade de comunicação e que o sucesso do escoamento da produção depende também da divulgação dos produtos. Observa-se ainda que, para além da compra e venda de produtos, a aproximação entre consumidores e produtores carrega em si uma forte dimensão educativa.

Uma dessas situações ocorreu no início da Rede, momento em que se fazia um esforço muito grande para diversificar o leque de produtos localmente. Isso acontecia através de membros e parceiros que faziam viagens a trabalho pelo interior

da Bahia: eles aproveitavam para trazer novos produtos para o consumo na Rede. Numa dessas oportunidades, foi encontrado um vinagre artesanal feito por uma agricultora familiar que comercializava o seu produto localmente e direto ao consumidor. Um vinagre desse tipo até então nunca tinha sido visto ou experimentado pelos consumidores da Rede.

O produto tinha uma coloração escura e chegou numa embalagem bastante simples e sem rótulo. As pessoas que o experimentaram disseram que era de boa qualidade, porém o produto não foi comprado, nem mesmo pelos consumidores mais ativos. Para incentivar seu escoamento, foi feito, em consentimento com a produtora, um rótulo contendo composição, validade, formas de uso e armazenamento. Além disso, colocou-se o produto em garrafas de vidro que haviam sido doadas para a Rede. O resultado foi surpreendente: o produto acabou em pouco tempo. Mas depois não conseguimos manter a regularidade no fornecimento.

O caso nos trouxe alguns aprendizados, como o entendimento de que a troca de informações, mesmo que simples, deve superar a barreira geográfica e é fundamental para a prática do consumo responsável. Além disso, notamos que há uma grande dificuldade de produtores isolados em estabelecer uma relação contínua de comercialização por conta de falta de produto, dificuldade na comunicação, ou pelos entraves nos custos de transporte. Esse exemplo ajudou nos relacionamentos futuros da Rede com novos fornecedores.

Outro caso curioso ocorreu quando um rapaz (consumidor) que fez seu pedido pela primeira vez relatou que havia um pequeno “bicho” dentro do maracujá comprado, o que inviabilizou seu consumo. Ele nos relatou o ocorrido, e a política nesses casos, em concordância com o produtor, é abatermos o valor do produto em seu próximo pedido. Aliado a essa resposta, falamos ainda que essa situação era normal em produtos agro-

cológicos, já que não se usavam defensivos químicos e na hora da colheita não era possível identificar o “bicho” na fruta. O consumidor foi “curto e grosso”, respondeu que só havia comprado o maracujá e não o “bicho”. Diante dessa reação, desenvolvemos uma resposta mais elaborada com matérias jornalísticas e materiais informativos, para que ele melhor entendesse nosso argumento. Posteriormente o consumidor se desculpou, agradeceu pelo conhecimento adquirido e assumiu que muito pouco sabia sobre as características de produtos e da produção agroecológica, ou seja, era uma pessoa com sensibilidade para o consumo responsável, mas a quem faltava informação para superar o desafio de consumir um produto “diferente”.

Além da questão da informação, que é nítida em ambos os casos, percebe-se um distanciamento grande entre as realidades das zonas rural (produtores de alimentos) e urbana (consumidores de alimentos). Um não conhece a realidade do outro, e neste caso a gravidade maior está na zona urbana, pois muitos não conhecem a fundo os efeitos nocivos do uso e consumo de agrotóxicos, não se informam sobre a questão dos transgênicos, ou a pauta da reforma agrária, não sabem o que é a agroecologia, entre outros assuntos que influenciam diretamente na qualidade e no preço do alimento que se consome. Por isso, ficam reféns de produtos com boa aparência, sem “bichos”, mas que estão carregados de elementos nocivos à saúde.

Para superar essas e outras dificuldades, a RedeMoinho procura promover uma aproximação entre as pessoas que produzem e as que consomem, da zona urbana e rural, através de eventos com temas de interesse comum, reuniões e principalmente intercâmbios. Esses momentos em que todos estão juntos, debatendo estratégias, visitando a casa um do outro fazem com que se conheçam e se reconheçam. Compreendendo as diferentes realidades, podem trabalhar em conjunto na articulação da produção e do consumo, no campo e na cidade, contribuindo para uma sociedade mais justa e sustentável.

Reflexões sobre a prática

Partindo do entendimento de que todo ser humano é produtor e consumidor, entende-se que não deve haver distanciamento entre a oferta e a demanda; ao contrário, ambas devem estar em sintonia. Na experiência da RedeMoinho, ainda parece ser mais natural as pessoas se articularem para produzir em conjunto do que para consumir coletivamente. A resposta para isso não é simples, mas há elementos que nos ajudam a refletir, e um deles é o distanciamento entre o urbano e o

rural. Enquanto de um lado os agricultores são “forçados”¹³ a trabalhar coletivamente, as pessoas das zonas urbanas não possuem o mesmo hábito e há uma grande desagregação política e social. Por outro lado, na produção, o ganho da articulação, inclusive material, parece ser mais concreto.

13 | Forçados, pois, diante das enormes dificuldades, eles precisam muitas vezes produzir, comercializar e até mesmo, em alguns casos, consumir coletivamente

para sobreviver.

De todo modo é preciso trabalhar uma articulação em ambos, pensando produção e consumo de maneira integrada. Essa aproximação e o diálogo entre empreendimentos produtivos e atores envolvidos na ação do consumo responsável fazem com que haja troca de experiências entre distintas realidades e ações (urbano/rural, consumo/produção). Dessa maneira, apesar de o consumo não ser a única chave para a transformação social, sem dúvida é um importante elemento para a organização de uma cadeia produtiva que promova justiça e o bem viver de todos.

Diogo Rêgo é integrante da RedeMoinho – Cooperativa de Comércio Justo e Solidário (grupo de consumo responsável de Salvador/BA). redemoinho.coop.br

2.3

Integração produtores e consumidores: uma nova relação de consumo

A experiência do SISCOS na Amazônia Mato-Grossense

ALINE OLIVIA PAGLIOCO NAVA

ANDREZZA ALVES S. OLIVAL

Ao longo do tempo aspectos intrínsecos aos agricultores familiares, como o conhecimento do processo de comercialização, foram se perdendo, o que transformou grande parte dos agricultores unicamente em fornecedores de matéria-prima, distanciando-os do público consumidor. Esse modelo está estabelecido nos padrões econômicos dominantes, no crescimento desordenado das cidades e na necessidade de especialização das cadeias produtivas para atender a essas dinâmicas.

Para o agricultor, o impacto de tais processos se revela em aspectos como êxodo rural, perda de saberes locais e da relação com a terra, além da subordinação aos outros elos da cadeia de abastecimento. Sem contar as consequências que se desdobram para os campos da segurança alimentar e da saúde da família.

Quem consome também se distancia. Grande parte dos consumidores já não sabe mais a procedência daquilo que consome nem o que compõe o alimento que chega à sua mesa. A perda dessa relação também vem acompanhada da não valorização dos produtos locais e de uma alienação sobre aspectos que dizem respeito à qualidade desses produtos. Historicamente as organizações envolvidas nesses processos tendem a acompa-

nhar somente o âmbito da produção, reforçando um reflexo dessa situação e provocando sua continuidade, em um ciclo não virtuoso. E, quando trabalham com a comercialização, quase sempre priorizam uma relação com o mercado, sem considerar a aproximação entre quem produz e quem consome e sem considerar uma visão integrada entre produção e consumo.

1 | O Instituto Ouro Verde (IOV) é uma organização não governamental fundada em 1999. Sediado em Alta Floresta/MT, tem como eixo central a organização social, estruturando suas ações nas áreas de recuperação ambiental, comercialização, planejamento e educação. ouroverde.org.br

Em Alta Floresta, no estado do Mato Grosso, o Instituto Ouro Verde (IOV)¹, entidade de apoio responsável pela estruturação do SISCOS, vem buscando a quebra deste ciclo a partir de uma aproximação entre os dois atores principais envolvidos no processo de comercialização, produtor(a) e consumidor(a).

Ao escolher entre um produto e outro, o consumidor pode apoiar processos que contribuem para a manutenção dos padrões de produção e consumo vigentes ou, por outro lado, fortalecer modos de produção construídos sob outra lógica. Portanto, na crença de que não devemos desvincular a produção do consumo e que só a partir do apoio do consumidor é que poderemos mudar a matriz produtiva e o processo exploratório que a acompanha, em 2008 o IOV começa a atuar com a organização do consumo, com foco no mercado local através da venda direta ao consumidor, nascendo nesse momento o SISCOS – Sistema de Comercialização Solidária, cujo enfoque foi contribuir para a melhoria de renda dos agricultores familiares a partir da venda de produtos diversificados, desmistificando assim os processos de comercialização, ao oferecer produtos de qualidade, frescos, livres de agrotóxicos e com preço acessível.

O SISCOS nasce carregando um ponto peculiar em relação a outros grupos de consumo responsáveis existentes, já que é uma experiência que surge da iniciativa de organização da produção, a partir do trabalho coletivo de produtores, assessorados pelo Instituto Ouro Verde, buscando envolver e formar um

quadro de “consumidores responsáveis” que visa ao fortalecimento da agricultura camponesa local e de empreendimentos econômicos solidários.

Fazem parte do SISCOS grupos de produtores(as) rurais e empreendimentos econômicos solidários, que totalizam cerca de 27 unidades de produção, além de aproximadamente duzentos consumidores(as) envolvidos(as) diretamente. As unidades de produção estão assim distribuídas: 25 unidades na zona rural de Alta Floresta e Carlinda; e quatro na área urbana de Alta Floresta. Os principais produtos comercializados são hortaliças, frutas, ovos, laticínios, pães e doces.

Atualmente o SISCOS envolve principalmente consumidores de Alta Floresta, cidade com 39 anos, localizada ao norte do estado, já no bioma Amazônia, e que possui aproximadamente 50 mil habitantes.

A organização do consumo

Que tipo de consumo queremos provocar?

Fica claro que a proposta construída pelo Sistema de Comercialização Solidária vem em busca de um novo olhar para o consumo, para além dos procedimentos de compra e venda. Trata-se da construção de uma visão crítica mais abrangente e que vai além da compra, pois ao problematizar os padrões de consumo atuais os cidadãos podem se engajar de diferentes maneiras, como boicotar uma marca, reutilizar um produto, cultivar uma horta. É com essa perspectiva que o coletivo de consumidores do SISCOS vem planejando e executando suas ações, com o apoio do grupo do Instituto Ouro Verde e dos produtores locais.

“Que tipo de consumo queremos provocar?” Essa pergunta está sempre presente nos momentos de reuniões e encontros dos grupos envolvidos com o SISCOS, para que seja possível refletir

sobre a caminhada do grupo, já que envolve uma ação de contrafluxo ao consumismo e quebra de paradigmas atuais, trazendo a perspectiva da não dissociação rural-urbana na construção de uma nova sociedade.

O trabalho direto com o consumidor é um desafio, diante das facilidades que o mercado convencional oferece e considerando a praticidade que a vida nas cidades exige. Esse é um processo de conquista que tem como principal eixo de atuação as atividades de cunho educativo. Essas ações de formação precisam ser contínuas e diversificadas para acolher consumidores de diferentes perfis socioeconômicos.

“Quem consome também se distancia. Grande parte dos consumidores já não sabe mais a procedência daquilo que consome nem o que compõe o alimento que chega à sua mesa. A perda dessa relação também vem acompanhada da não valorização dos produtos locais e de uma alienação sobre aspectos que dizem respeito à qualidade desses produtos”

O envolvimento do consumidor é uma das maiores dificuldades do grupo, pois não se restringe somente ao processo de compra e venda. As ações visam ao seu envolvimento gradativo no apoio ao planejamento da produção, formação de preços, acompanhamento da qualidade, entre outros. Portanto, o consumidor possui papel fundamental na continuidade e am-

pliação do sistema. Desta forma, diversas atividades visando à organização e à formação para o consumo responsável foram pensadas, planejadas e executadas coletivamente, construindo uma trajetória de experimentações metodológicas no SISCOS. Algumas delas são compartilhadas a seguir.

Caminhos para o envolvimento de consumidores

– **Reuniões de planejamento** – São reuniões com frequência mensal para a realização de planejamento, avaliação e acompanhamento de ações que envolvem o SISCOS. Também é um espaço de integração entre produtores e consumidores, voltados ao funcionamento do sistema. Entre os assuntos discutidos estão: custos de produção, formação de preços, avaliação de preços, qualidade dos produtos, planejamento de atividades, formação, entre outros.

– **Café com Arte** – É um espaço informal de integração entre produtores e consumidores que ocorre mensalmente, no momento da entrega de produtos. Geralmente articulada por um grupo de consumidores, é uma forma de aproximar as pessoas e dinamizar o momento de entrega, além de propiciar a apresentação de trabalhos e serviços ofertados por consumidores, apoiando o crescimento da rede SISCOS numa rede de confiança para além dos produtos agrícolas, transformando o consumidor também em produtor. Neste momento, novos produtos também são apresentados e degustados, além de ser uma ocasião rica para o consumidor conhecer de quem vem aquele produto que consome, tirar suas dúvidas e fazer sugestões.

– **Degustações** – São momentos que objetivam a apresentação do SISCOS para outros grupos e possíveis novos consumidores. É uma estratégia que também alia a formação para o consumo responsável e a alimentação saudável. Geralmente essas ações são realizadas em potenciais grupos consumidores (grupos de bairro, escolas, conselhos, funcionários de prefeitura etc.), que

ainda não fazem parte da rede. Esses encontros acontecem em diferentes momentos, um deles é o espaço criado pelo próprio SISCOS, que possui frequência trimestral. No entanto, existem os casos em que uma equipe de pessoas envolvidas com o SISCOS participa a convite de interessados. O SISCOS tem servido como referência para discussões sobre consumo responsável e economia solidária na região.

– **Visitas às propriedades** – São momentos de interação entre quem produz e quem consome. É um intercâmbio de experiências que ocorre no campo, a partir de um roteiro prévio de visitas aos produtores do SISCOS da zona rural. As visitas contribuem para o fortalecimento do grupo à medida que socializam os avanços e limitantes de todos os envolvidos e geram confiança entre o grupo e os produtos fornecidos. É um momento que fortalece e integra produção e consumo: o produtor se preocupa com aquilo que vai produzir, e que vai para além do alimento de sua família, e o consumidor com as condições de vida e trabalho daqueles produtores.

– **Espaços de troca** – São espaços físicos, geralmente vinculados a feiras da agricultura familiar e da economia solidária, nos quais produtores e consumidores levam produtos para serem trocados, exercitando a solidariedade entre as pessoas e a negociação de mercadorias e serviços, questionando a lógica mercantil das relações entre as pessoas e favorecendo a compreensão do que envolve a economia solidária e o SISCOS.

– **Apoio às finanças solidárias** – Banco Comunitário Raiz – A oferta de microcrédito aos produtores passou a ser uma das ações do SISCOS em 2012, com a estruturação de um Banco Comunitário. Tem como finalidade ampliar a rede de fornecedores nas comunidades rurais de Carlinda e Alta Floresta, promovendo a melhoria de infraestrutura da produção, o aumento da diversidade de produtos oferecidos e, conseqüentemente, o aumento do valor comercializado no sistema.

De início, o sistema estava baseado na compra antecipada de produtos, sendo o envolvimento de consumidores fundamental, uma vez que estes antecipavam um valor correspondente à sua capacidade de pagamento, baseado em suas compras mensais no sistema. O crédito ofertado aos produtores era fruto desse adiantamento, colocando-os numa corresponsabilidade de produção, mas também de apoio à comercialização, pelo compromisso de consumo dos produtos. Isso viabilizava o apoio a projetos produtivos junto às comunidades rurais e empreendimentos da economia solidária envolvidos e serviu

2 | Sistema de Crédito Solidário: ouroverde.org.br como referência para a formação de um Sistema de Crédito Solidário² atrelado à produção e à comercialização para outros municípios da região.

Limitantes a serem enfrentados

Apesar dessas diversas ações e da longa caminhada do SISCOS, com aproximadamente sete anos de história e importantes conquistas, ainda há muitos desafios e questões a serem enfrentados, alguns antigos e outros que surgem ao longo do tempo:

– **O envolvimento dos consumidores** – São diferentes os perfis do público consumidor envolvido com o SISCOS, desde pessoas que buscam apenas melhores preços em produtos saudáveis e frescos até pessoas que de fato se preocupam com o desenvolvimento local, o fortalecimento das famílias produtoras e a construção de uma nova relação entre produção e consumo. No entanto, mesmo para o grupo politicamente mais engajado, ainda é difícil criar uma rotina de envolvimento nas ações sociais e de formação que são promovidas, em especial para o próprio grupo de consumidores.

Além disso, como o grupo de consumidores abrange praticamente dois municípios, espalhados em diversos bairros, há dificuldades de integração das pessoas e de construção de um coletivo que de fato se relacione de maneira integrada. Assim,

um grande desafio é como trazer os consumidores para os momentos de troca promovidos e ainda como fazer com que esses grupos de consumidores assumam funções nesses momentos.

– **A ferramenta on-line e a segregação social** – A estratégia de disponibilidade da lista semanal adotada pelo SISCOS está vinculada à internet, pois o estoque de produtos é atualizado em tempo real. Essa ferramenta agiliza o processo de divulgação da lista e em poucas horas os consumidores cadastrados têm acesso à informação do que está disponível na semana. No entanto, ainda existe uma parcela grande de pessoas que não conseguem acessar esse meio, ou por falta de aptidão com aparelhos eletrônicos ou mesmo por limitação financeira, tornando este um grande desafio a ser superado.

De fato, ainda esbarramos neste limitante. O SISCOS luta para que a adesão ao grupo seja uma escolha possível a todos e que o acesso à internet não se apresente como fator limitante. Por isso, algumas saídas têm sido consideradas, como a reflexão sobre a dinâmica das entregas, incluindo a realização de uma feira semanal do SISCOS nos bairros. Sobre o aspecto do aperfeiçoamento da ferramenta virtual para quem já tem acesso, consideramos a adequação do sistema SISCOS como aplicativo para uso em celulares.

– **A manutenção e o desenvolvimento de ações pró-economia solidária** – Uma das estratégias que visa ao fortalecimento da economia solidária, do sistema de comercialização, buscando uma gestão coletiva, é a prática dessas ações dentro de uma rotina. Entretanto, com uma realidade de baixo envolvimento dos consumidores ou com o envolvimento sempre “dos mesmos”, há uma concentração de atividades nesses membros e nos articuladores do IOV, dificultando a execução de atividades de maneira diversificada e contínua, ponto fundamental para a permanência e qualificação da participação dos envolvidos e de novos participantes. Todavia, momentos coletivos de avaliação,

planejamento, gestão e confraternização são constantemente fomentados, no intuito de qualificar cada pessoa que se interesse em contribuir no processo.

Reflexões sobre a organização do consumo

Em suma, o trabalho com a organização do consumo é uma ação muito dinâmica e deve propiciar reflexões e práticas contínuas, em momentos formais e de descontração. Diferente do trabalho com os(as) produtores(as), no qual a participação e o engajamento são praticamente uma obrigação, já que são regras acordadas coletivamente para inclusão no sistema, não se pode exigir esse nível de participação com os consumidores. Isso seria um fator extremamente excludente, e o que queremos é a integração e inclusão de todos, o que torna o desafio ainda mais complexo, devido ao grande leque de perfis e motivações que levam os consumidores a participar do SISCOS em diferentes níveis, desde aqueles que se envolvem no processo simplesmente por conta de melhores preços, produtos mais frescos e sem uso de agrotóxicos até os consumidores que compreendem o processo como um todo, entendendo o seu papel na modificação dos padrões de consumo e no fortalecimento da agricultura familiar.

“Ao escolher entre um produto e outro, o consumidor pode apoiar processos que contribuem para a manutenção dos padrões de produção e consumo vigentes ou, por outro lado, fortalecer modos de produção construídos sob outra lógica”

Contudo, para uma real consolidação da comercialização, é necessário sensibilizar o público consumidor e permear o trabalho de garantia de qualidade de produtos com momentos de

formação para o consumo responsável. Atualmente o SISCOS se encontra em transformação, justamente pensando sobre as necessidades e dinâmicas apresentadas e experimentando.

Aline Olivia Paglioco Nava e Andrezza Alves Spexoto Olival são integrantes do SISCOS – Sistema de Comercialização Solidária (grupo de consumo responsável de Alta Floresta/MT). siscos.com.br

2.4

Fomentando novos grupos de consumo responsável:

a experiência do curso da Rede Ecológica no Rio de Janeiro

LIGIA S. BENSADON

MIRIAM LANGENBACH

Trajetória da Rede:

avanços e desafios que motivaram a realizar um curso de disseminação

A Rede Ecológica é um grupo de consumo responsável do Rio de Janeiro que iniciou suas atividades a partir de 2001, tendo como

referência uma associação de consumidores pioneira no Brasil, a Coonatura¹. A partir dessa bagagem, reformulou alguns aspectos da iniciativa, especialmente na ênfase em ser um grupo de compras coletivas, tanto para produtos frescos quanto para secos.

A estrutura de compras coletivas criada pela Rede buscou ao longo dos anos abastecer de forma bastante completa as famílias associadas, privilegiando produtos fornecidos por pequenos produtores agroecológicos e da agricultura familiar, de alta

qualidade e por preços acessíveis. Existe a compra de produtos frescos (frutas, hortaliças e legumes), que pode ser semanal ou quinzenal, a depender do núcleo, e uma vez por mês a compra de secos (farinhas, cereais, produtos de limpeza e outros produtos processados), antecedida por um mutirão autogestionado que conta com os associados para conferir e preparar a distribuição

aos núcleos. O mutirão é realizado em espaço que armazena os produtos secos, alugado pela Rede. Isso possibilita aos associados reduzir drasticamente sua presença nos grandes supermercados e vai criando um espírito de planejamento da compra – evitando o desperdício –, além da cultura da responsabilidade e da politização do consumo.

2 | A Rede conta hoje com onze núcleos de distribuição e organização local dos consumidores: Botafogo, Campo Grande, Freguesia, Humaitá, Itaipava, Niterói, Nova Iguaçu, Santa Tereza, Urca, Vargem Grande e Vila Isabel.

Atualmente, a Rede Ecológica funciona em onze núcleos², estabelecendo parcerias para o funcionamento das entregas dos produtos nos núcleos em espaços que cedem por algumas horas suas instalações aos sábados. Atualmente a Rede Ecológica funciona na cidade do Rio de Janeiro (zonas sul, norte e oeste), além de Itaipava (Petrópolis e Teresópolis), Niterói e Nova Iguaçu. O trabalho em algumas áreas da Rede recebe uma remuneração, como encomendas, finanças e logística, o que gera para os consumidores associados a necessidade de contribuir com um valor

fixo de associação. Esse valor varia em função da periodicidade do consumo (mensal, quinzenal ou semanal) independentemente da quantidade consumida, o que confere uma mínima sustentabilidade para o funcionamento da estrutura da Rede. E, então, os consumidores pagam os produtos ao preço dos produtores e, além da taxa mensal, também é acrescida uma pequena porcentagem (3%) sobre o volume de compras, para cobrir pequenos custos.

A Rede Ecológica é autogestionária, o que supõe a premissa de participação de seus associados, a partir de uma quantidade

mínima de atividades e de organização em comissões³. Nos últimos quatro anos expandiu sua presença de compras coletivas também em feiras, mantendo suas características específicas de grupo de consumo. E foi além das compras coletivas, inserindo-se no movimento social agroecológico, participando da gestão do Consea-Rio (Conselho de Segurança Alimentar), que luta há anos pelo re-

3 | As comissões são subdivididas em quatro áreas: funcionamento interno, interação com consumidores e produtores, formação/comunicação e interação com movimentos sociais.

conhecimento da agricultura na cidade do Rio de Janeiro, pela presença da agricultura familiar na alimentação escolar, fortalecendo também o movimento de agricultura urbana. A Rede integra a Campanha Contra os Agrotóxicos, a Articulação de Agroecologia do Rio de Janeiro, a Rede Carioca de Agricultura Urbana, além da Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável.

4 | Neorrurais se relaciona a reviver os valores próprios do mundo rural, transformando-os em força crítica das formas em que a sociedade inteira se desenvolve. É quando as pessoas decidem não mais morar na cidade e não mais trabalhar em profissões urbanas, resolvendo se mudar para o campo e trabalhar na agricultura ou na criação de animais. anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_14/rbcs14_05.htm

5 | O Sistema Participativo de Garantias (SPG) assegura a qualidade orgânica dos alimentos por meio do controle social e da responsabilidade solidária, o que possibilita a geração de credibilidade adequada a diferentes realidades sociais, culturais e econômicas.

Tem ainda desenvolvido materiais de educação ambiental (apresentações, vídeos, pegada ambiental, caderno ecológico, compostagem e cartas semanais). Um aspecto fundamental de sua identidade é a aproximação que busca junto aos agricultores que a abastecem, entre os quais se inserem assentados da reforma agrária, agricultores familiares, agricultores urbanos e neorrurais⁴ do estado do Rio de Janeiro, para o fornecimento de frescos, organizados ou não em associações e cooperativas e que possam formal ou informalmente garantir um produto orgânico ou agroecológico. Para os produtos secos, há fornecedores de outros estados do país (como Rio Grande do Sul, Rondônia, Minas Gerais e Paraná), mas busca-se privilegiar fornecedores mais próximos do estado. Há uma comissão de acompanhamento aos produtores, além de atividades de agroturismo e inserção no Sistema Participativo de Garantia⁵.

A partir de uma reflexão sobre o momento e a caminhada da Rede, percebeu-se a inviabilidade de seu crescimento, tanto logístico, quanto político, haja vista que a Rede conta com mais de duzentos associados nos onze núcleos da região metropolitana, o que em si já traz inúmeros desafios de sustentabilidade, gestão e autogestão neste universo. Por outro lado, há necessidade e expectativa por parte da Rede de divulgar as práticas do consumo

responsável para outros públicos, em especial o desafio de incentivar esta organização junto às classes populares e não somente para a classe média e nas zonas centrais. Desta forma, emergiu a proposta de realização de um primeiro curso de formação de novos grupos de consumo responsável.

A proposta de irradiar o consumo responsável através de um curso

As conquistas da Rede cimentaram o caminho para a criação do I Curso de Formação de Novos Grupos de Compras Agroecológicas, realizado ao longo de 2015, também com caráter autogestionário, contando com a colaboração voluntária de associadas(os) para as várias atividades desenvolvidas.

O objetivo do curso foi de estimular a criação de novos grupos de consumo independentes da Rede Ecológica, que buscassem intensificar a aproximação entre campo e cidade, fortalecendo a agroecologia, economia solidária e agricultura familiar. Isso porque se entende que incentivar e fortalecer a organização coletiva de consumidores cidadãos está entre as saídas mais significativas para a aproximação entre campo e cidade e para seu fortalecimento mútuo, cuja expressão se dá através da forma de obtenção dos alimentos.

Em específico o curso buscou fortalecer e provocar iniciativas de consumo responsável e agroecológico no estado do Rio de Janeiro, em especial na Baixada Fluminense, onde estão grandes cidades e concentração populacional, como Belford Roxo, Duque de Caxias, Mesquita, Nilópolis e Nova Iguaçu. Lá se pode notar uma forte demanda reprimida por alimentos saudáveis e acessíveis, mas a inexistência de canais para alcançá-los. O estado do Rio de Janeiro como um todo vive um processo semelhante, de poucas opções para um novo caminho de consumo alimentar com a aproximação e valorização da agricultura familiar e agroecológica, e na horizontalidade entre campo e cidade.

A proposta do curso organizou e sistematizou os catorze anos de experiência da Rede Ecológica com consumo responsável e compras agroecológicas, propondo e estimulando os participantes à criação de novos grupos de consumo responsável durante o próprio curso.

A metodologia buscou exercitar e transmitir os princípios da Rede, pautados em transparência, compromisso e participação, numa prática socioambiental que se preocupa com os três Rs (redução, reutilização e reciclagem) como elementos de apoio. O curso procurou aproveitar o atual momento de crescimento do tema dos alimentos saudáveis, agroecológicos e orgânicos na sociedade, bem como da saúde, em resposta à adesão inconsequente ao uso de agrotóxicos, tornando o Brasil o maior consumidor mundial desses venenos, num contexto de intensificação do latifúndio e da produção de monocultivos⁶.

6 | contraosagrotoxicos.org

Para realizar a proposta, além da adesão de suas(seus) associadas(os), a Rede se articulou com organizações parceiras, como ASPTA⁷ (Assessoria a Projetos de Tecnologia Alternativa), para apoio operacional; Cenfor (Centro de Formação da Diocese de Nova Iguaçu), com apoio no espaço das oficinas em Nova Iguaçu; Slow Food⁸, na mediação da proposta de educação alimentar durante o curso; e a Articulação de Agroecologia do Rio de Janeiro, para referência nas regiões do Rio de Janeiro.

7 | aspta.org.br

8 | slowfoodbrasil.com

A seleção dos participantes teve como metodologia buscar pequenos grupos de até três pessoas de cada localidade, de forma que esse coletivo pudesse ser um disseminador e promotor da proposta em sua região, apoiando-se mutuamente para participar das oficinas e para iniciar a sensibilização e articulação no seu território, junto a outros consumidores/produtores, no desafio de viabilizar os grupos de compras coletivas locais.

A construção do curso também envolveu associados diversos da Rede, e cada oficina contou com facilitadores destacados para temas específicos, com maior apropriação e facilidade nos mesmos, além de uma pequena equipe da Rede responsável por acompanhar todas as oficinas, fazer ganchos e contribuições entre os temas e sua sistematização.

Os conteúdos do curso abarcaram os principais elementos para a concretização de um grupo de consumo responsável, a partir da experiência da Rede Ecológica, partindo das quatro primeiras oficinas como sensibilização e contexto geral, e depois em temas que detalhavam o funcionamento da Rede e necessidades fundamentais às práticas. A programação foi de uma oficina de quatro horas por mês, durante nove meses, abordando os seguintes temas:

- Agronegócio x agroecologia
- Lixo e os três Rs
- Publicidade
- Realidade das agricultoras(es)
- O papel do grupo
- Logística
- Finanças
- Encomendas e o papel do registro
- Educação alimentar

9 | Um exemplo foi a visita ao sítio da agricultora Juliana Diniz, em Magé, conhecendo sua diversidade produtiva e a produção de alimentos em conserva. Outro foi a participação na colheita do caqui, o Tira-Caqui, no Maciço da Pedra Branca – Vargem Grande, conhecendo também a comunidade local.

O curso também contou com atividades práticas, mutirões e visitas, de forma que as participantes pudessem perceber a proposta em experiências no estado⁹.

Entre as oficinas do curso, a proposta colocada foi que as participantes pudessem desenvolver atividades relacionadas aos temas de cada oficina, para dar início à formação dos grupos de consumo. Por exemplo, inicialmente foi sugerida a tare-

fa de as participantes iniciarem um mapeamento de como é o consumo em sua região, se existe oferta de produtos agroecológicos ou orgânicos e como ocorre o descarte, para um inicial diagnóstico do tema no território.

“O objetivo do curso foi de estimular a criação de novos grupos de consumo independentes da Rede Ecológica, que buscassem intensificar a aproximação entre campo e cidade, fortalecendo a agroecologia, economia solidária e agricultura familiar.”

O perfil das participantes do curso revelou o interesse de pessoas já sensibilizadas pela questão e com prática na área ambiental, com a presença majoritária de mulheres, inicialmente inscritas 25 pessoas. As participantes vieram de diversos locais: Angra dos Reis; Baixada Fluminense (Caxias, Mesquita, Nova Iguaçu); Miguel Pereira; Nova Friburgo; Região dos Lagos (Búzios, Rio das Ostras e Macaé); zona norte do Rio; Seropédica; Três Rios; Visconde de Mauá; além de Leopoldina/MG, com a participação expressiva de professoras, estudantes, técnicas e agricultoras preocupadas com a questão do consumo, propiciando uma grande riqueza para o debate e a troca de experiências.

Por contar com participantes de vários locais e pelo espaçamento das oficinas, de forma a possibilitar o processo de construção dos novos grupos de consumo, o curso utilizou a interação virtual, que ocorreu nas inscrições e na divulgação e continuou durante o curso como suporte virtual para interação e armazenamento dos debates e conteúdos¹⁰.

Alguns frutos e avaliações finais do curso podem ser aqui esboçados, visto que ainda seguem em andamento, e apontam a importância desse tipo de iniciativa. Entre as iniciativas promissoras, destaca-se a de uma professora da Universidade Federal Fluminense em Rio das Ostras, que fará um curso de extensão sobre o tema para a Região dos Lagos, além da expectativa de várias participantes em aprofundar a proposta nas suas respectivas cidades para o ano seguinte, incorporando os princípios mais caros à Rede, como educação ambiental, parceria entre produção e consumo (campo e cidade), valorização da agroecologia e de politização do consumo.

Um dos desafios do curso foi a dificuldade de várias participantes em acompanhar todas as atividades das oficinas, com uma queda das participações no seu decorrer, mas também com a abertura para receber novas interessadas ao longo das atividades. Outro elemento percebido foi que a transmissão da experiência da Rede Ecológica levantou avaliações e reflexões sobre seu próprio funcionamento, já que os desafios para toda a relação sustentável desde o consumo até a produção são inúmeros, como a diminuição de plásticos e embalagens, maior divulgação das práticas e propostas do consumo responsável, além da sua popularização. Verifica-se que a entrada desse tema para as classes populares continua como grande desafio, problematizado ao longo do curso.

Ligia S. Bensadon e Miriam Langenbach são integrantes da Rede Ecológica (grupo de consumo responsável do Rio de Janeiro/RJ) redeecologicario.org

2.5

A retomada da GiraSol em Porto Alegre: caminhos e descaminhos na construção de uma cooperativa de consumo responsável

GUSTAVO SCHÜTZ

PEDRO FRIZO

¹ | O Fórum Social Mundial nasceu em 2001 e inicialmente ocorreram edições anuais em Porto Alegre/RS. Foi inspirada pelos ventos dos sucessivos Fóruns Sociais Mundiais¹ que nasceu a ideia de criar uma cooperativa de consumo que conectasse os agricultores familiares agroecológicos do interior do estado com a população da capital gaúcha. O objetivo central da proposta era combater a função dos atravessadores – supermercados, centros de distribuição etc. –, que cobram muito do consumidor final e repassam muito pouco para quem produziu o alimento.

Nesse sentido, os atravessadores são como gargalos que fazem com que as relações de consumo dificilmente sejam justas e ecológicas. Por isso, a intenção não era simplesmente terminar com os mesmos, mas substituí-los por alternativa bem planejada, que tivesse condições de verdadeiramente organizar o consumo da grande cidade, a fim de estabelecer relações justas e ecológicas também na ponta da cadeia produtiva.

Para tanto, organizar essa cotidiana esfera da vida implica também entender o consumidor enquanto cidadão; implica retirar do alimento a ser vendido o fetiche que toda mercadoria produzida na economia convencional apresenta, conferindo história a este alimento. O objetivo não é vender bananas, ber-

gamotas, pães ou farinhas meramente orgânicos. O objetivo é fazer com que as e os porto-alegrenses vejam que tais bananas, bergamotas, pães e farinhas eram feitos por pessoas; que consumir esses alimentos era também se vincular à história dessas pessoas, reconhecendo seu valor.

Para que essa dimensão ética se fizesse presente nas ações desenvolvidas pela cooperativa de comércio justo e consumo consciente a ser criada, entendeu-se como fundamental adotar os princípios e metodologias da economia solidária. Tal horizonte normativo e prático se fez sentir mesmo no nome da cooperativa: “GiraSol”, em referência a “girar solidariedade”, levar luz e consciência às nossas práticas cotidianas.

A experiência inicial e sua interrupção

Foi com tais pretensões que a GiraSol foi formalmente criada em 2006 e pôde, assim, começar a operar. Importante realçar este fato: houve preocupação por parte das e dos integrantes da cooperativa – alegremente autointitulados “tocadores” – de promover sua formalização, mesmo que isso implicasse aumento de custos (contábil, fiscal, jurídico etc.). A leitura que se fez é que, para crescer e expandir, a GiraSol não poderia ter receio da fiscalização que, mais cedo ou mais tarde, se faria presente.

Assim, inicialmente com 28 membros, as atividades da cooperativa eram postas em prática por meio do modelo de compra programada, em *website*, no qual as e os interessados faziam seus pedidos com antecedência de quatro dias e os mesmos eram entregues em local determinado – a princípio, espaços físicos de entidades parceiras, como sindicatos, ONGs etc. Com o desenvolvimento das atividades, avançou-se para a locação de um ponto fixo no ano de 2007. Assim, o modelo de compra programada pôde ser complementado

com produtos vendidos a pronta entrega, já que havia então a possibilidade de estoque.

Ao mesmo tempo em que a loja física trouxe maior autonomia para a cooperativa, fez também com que os desafios se tornassem maiores – e cobrados mensalmente. Desafios esses que, a longo prazo, fizeram sentir sua força, pondo fim às atividades da GiraSol em 2011. Assim, para que erros não sejam repetidos, é importante nos debruçarmos sobre os dois fatores que, de modo mais preponderante, contribuíram para o fim das atividades nessa primeira fase do empreendimento. São eles: 1) a falta de profissionalização em suas atividades rotineiras; e 2) a inexistência de rede de agricultores e cooperativas de produção articuladas, que pudessem fornecer os alimentos de forma regular e com baixo custo de logística.

“O objetivo é fazer com que as e os porto-alegrenses vejam que tais bananas, bergamotas, pães e farinhas eram feitos por pessoas; que consumir esses alimentos era também se vincular à história dessas pessoas, reconhecendo seu valor.”

O primeiro dos fatores talvez seja aquele no qual muitos dos empreendimentos de economia solidária acabam permanecendo por tempo indeterminado. Certamente toda construção coletiva que visa a construir novas lógicas econômicas irá apresentar uma fase inicial em que são poucos os recursos disponíveis e muitas as demandas a serem cumpridas. Assim, é compreensível que as atividades sejam desenvolvidas de maneira militante, sem que seus integrantes e articuladores mais engajados recebam contrapartidas por seu trabalho ou que a cooperativa consiga sequer manter montante suficiente de so-

bras a fim de subsidiar a viabilidade econômica do empreendimento. Mas, para que a utopia compartilhada se transforme em sonho economicamente viável, é necessário planejamento econômico que permita a existência de trabalho profissionalizado – apenas onde e quando as ações militantes não forem suficientes e duráveis.

Em seu estágio inicial, a existência da GiraSol dependia demasiadamente do voluntarismo de seus integrantes para que os pedidos fossem organizados, as entregas recepcionadas e os produtos vendidos. Assim, à medida que as outras esferas de suas vidas demandavam também sua atenção, a cooperativa foi perdendo sua força de trabalho. E, dado que não havia sido constituída estrutura econômica que desse sustentação institucional à GiraSol para além da boa vontade de seus integrantes, sua atividade não pôde prosseguir.

O segundo fator que certamente contribuiu para o fim das atividades do empreendimento nesta primeira fase foi a inexistência de rede organizada de agricultores familiares que possibilitasse que os produtos demandados pelos consumidores cooperativados chegassem com regularidade e baixo preço de logística a Porto Alegre.

Muitas vezes as relações com os agricultores eram individualizadas, seja porque os mesmos não estivessem ligados a nenhuma rede ou cooperativa de produtores agroecológicos, seja porque a oferta de produtos orgânicos e agroecológicos era ainda pequena na região. Assim, muitos são os casos contados pelas e pelos tocadores sobre verdadeiros perrengues que tiveram que enfrentar para que os pedidos encomendados fossem transmitidos até os agricultores e que os produtos chegassem até a cooperativa no dia da entrega. Muitas vezes esse transporte foi feito utilizando as linhas de ônibus intermunicipais, o que obrigava alguns das e dos tocadores a estar periodicamente na rodoviária de Porto Alegre no primeiro horário da manhã.

Essa dificuldade logística, somada à falta de profissionalização das atividades, conformou desafios por demais elevados à consolidação da viabilidade econômica da cooperativa, fazendo com que suas atividades fossem encerradas em 2011, já em local cedido por instituição parceira. Mesmo assim, como os valores da economia solidária eram de fato exercitados entre as e os tocadores da cooperativa, a boa lembrança sobre essa primeira e pioneira iniciativa na organização permaneceu na memória de todas e todos os tocadores.

Os novos ares e a retomada da GiraSol

Esse espírito positivo teve fundamental importância para que antigos e novos tocadores pudessem aproveitar a nova oportunidade que se abriu em 2016, quando os dois principais empecilhos verificados para a consolidação da cooperativa poderiam ser superados devido a mudanças estruturais no campo social onde ela estava inserida.

2 | Rede informal constituída pelas cooperativas: Coomafitt, Coperav, Carrarro, Caaf, Cotap, Ecosabores, Unicoper etc.

A primeira dessas mudanças diz respeito à existência consolidada de duas redes que poderiam organizar o fornecimento dos produtos à GiraSol de modo constante e eficiente. Uma delas é a REDE-COOP, que articula cooperativas de agricultores agroecológicos². É importante aqui frisar que esta primeira rede se constitui a partir das demandas geradas através do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), que fizeram com que alimentos saudáveis de diferentes – e distantes – partes do estado do Rio Grande do Sul chegassem com regularidade a Porto Alegre.

3 | A RESF não atua apenas com produção de alimentos, mas também com diferentes produtos artesanais e cosméticos. [facebook.com/RedeEcoSolFeminista](https://www.facebook.com/RedeEcoSolFeminista)

A outra rede que fornece alimentos e produtos à GiraSol é a Rede de Economia Solidária e Feminista (RESF)³, que também articula empreendimentos de produtoras que têm condições de ofertar

em quantidade e com regularidade produtos a serem comercializados em espaços como os construídos pela cooperativa.

Vencido esse obstáculo através das parcerias constituídas com essas duas redes de produção, se fazia ainda necessário avançar na superação do outro obstáculo, a fim de tornar a retomada da GiraSol empreendimento solidário duradouro. Nesse sentido, em muitas das falas das e dos novos e antigos tocadores nas reuniões preparatórias para a retomada, consolidou-se a defesa da profissionalização de suas atividades rotineiras – como dito anteriormente, somente quando essas não se mostrassem eficazes e sustentáveis quando feitas de modo voluntário.

Com a intensão de realizar tal meta, foram feitos diversos grupos de trabalho (GTs) entre pessoas interessadas na retomada da cooperativa, a fim de bem planejar os passos necessários a serem dados para que a viabilidade econômica fosse horizonte possível. Entre tais grupos, o da viabilidade econômica foi o responsável por criar plano objetivo, com metas reais a serem cumpridas nos meses iniciais da cooperativa a fim de capitalizá-la.

Podemos ainda citar outro fator que motivou a retomada das atividades da GiraSol: a constatação de uma maior permeabilidade da temática da alimentação saudável/orgânica no senso comum dos consumidores de Porto Alegre. Tal conjuntura favorável possibilitou à cooperativa se colocar no mercado com maior facilidade e centralidade, construindo parcerias com empreendimentos colaborativos e restaurantes que articulam propostas sobre consumo responsável na cidade – ainda que não estejam inseridos no modelo de economia solidária.

Dessa forma, estavam dadas as condições objetivas e estruturais para que a GiraSol voltasse à atividade em agosto de 2016,

estando atualmente articulando suas primeiras atividades e adequando-se às oportunidades e desafios que se apresentam. Observados esses fatores, verificou-se que a cooperativa pode comerciar os seus produtos com preços bem abaixo se comparado a tradicionais feiras orgânicas e websites especializados: em levantamento feito em setembro de 2016, observou-se que, em média, 75% dos produtos ofertados pela GiraSol eram mais baratos que os produtos ofertados nesses locais pesquisados.

Reinventando a organização e enfrentando novos desafios

Feita esta retrospectiva, podemos afirmar que uma das principais vantagens verificadas no processo de reestruturação do empreendimento diz respeito aos vínculos e às redes edificadas ao longo da primeira fase. Articular com antigas alianças, trazer elementos da “velha guarda” para o debate acerca da concepção, viabilização e divulgação, tornou-se crucial para dar suporte à promoção do consumo responsável da GiraSol. De modo semelhante, a inserção de novas e novos tocadores permitiu o acesso a novos mercados potenciais antes não contemplados. Espaços constituídos por grupos de estudantes das universidades da cidade, bares e restaurantes – como o Espaço 512 e o Bar Pinacoteca, localizados em bairro frequentado por público aberto a tais iniciativas saudáveis – são alguns exemplos de novas parcerias que se tornaram importantes centros de relações dentro do empreendimento.

Essa contínua troca entre os associados antigos e os novos proporciona também constantes atualizações na dinâmica de funcionamento da cooperativa. Se inicialmente o progresso das tarefas estava dado pela atuação dos diferentes grupos de trabalho constituídos⁴, com o desenvolvimento das atividades e a urgência das demandas, optou-se por constituir uma coordenação provisória,

- 4 | Foram constituídos os seguintes GTs: 1) Comunicação e Publicidade; 2) Concepção e Viabilidade; 3) Jurídico-Contábil; 4) Mobilização e 5) Operativo.

que se reúne semanalmente e da qual qualquer associado pode participar e deliberar conjuntamente. O papel de tal comissão, que conta com pelo menos cinco membros permanentes, é auxiliar na interação entre os diferentes GTs, garantindo que as diversas demandas sejam cumpridas dentro dos prazos estabelecidos coletivamente. Assim, evitou-se a concentração excessiva de funções a um diminuto grupo de militantes, o que comprometeria a consecução das atividades demandadas.

“[...] para que a utopia compartilhada se transforme em sonho economicamente viável, é necessário planejamento econômico que permita a existência de trabalho profissionalizado [...]”

Consideramos relevante, ainda, expor neste artigo dois conjuntos de debates e deliberações desenvolvidos por tais grupos de trabalho e as reuniões abertas da cooperativa. O primeiro debate diz respeito à estratégia de viabilidade econômica da cooperativa. Como dito acima, percebeu-se a necessidade de contar com atividade remunerada para que funções rotineiras da cooperativa pudessem ser desenvolvidas a contento. Para

- 5 | O valor das cota-partes é de R\$ 150, divididos em três vezes. Depois de pago tal montante, os associados devem contribuir mensalmente com R\$ 30, a fim de poderem usufruir o direito de comprar os alimentos vendidos pela cooperativa a preço de custo.

tanto, conforme planejamento feito pelo GT de Concepção e Viabilidade, essa necessidade pela profissionalização se materializará no momento de abertura do ponto fixo de comercialização da GiraSol. Tido como principal horizonte de atuação, espera-se que a loja da cooperativa atue em seis dias da semana, em horário comercial, complementando a operação a partir das compras programadas. O capital necessário para que se possa locar o espaço foi previsto para ser arrecadado por meio das cota-partes⁵ dos novos cooperados.

6 | Já foram realizadas algumas compras programadas, em um intervalo de quinze dias entre cada uma, com uma média entre 25 e 35 compradores. Até então, não se praticaram preços diferenciados entre os associados e os não associados, tendo em vista habituar os compradores à futura lógica de distinção de preços: aos associados, caberá o preço de aquisição dos fornecedores mais o valor da logística por produto, enquanto, aos não associados, caberá a cobrança também de uma margem – ainda a definir – sobre o preço final do produto. Essa distinção é efetuada, principalmente, com vistas a induzir à associação.

No entanto, o que se observa até o momento – quando foram feitas apenas três compras programadas⁶ – é uma dificuldade de adesão de novos sócios, contando a cooperativa com 31. Atribui-se o elevado grau de dificuldade desse desafio impossibilidade de ampla divulgação do empreendimento dada a sua situação ainda não completamente resolvida nos órgãos fiscais. Assim sendo, o planejamento feito prevê que uma vez resolvida essa questão – em meados de outubro de 2016 – se poderá atuar fortemente em campanha de associação.

O outro debate que consideramos importante de ser trazido a este breve artigo diz respeito à comercialização ou não de alimentos que utilizem matérias-primas oriundas do abate de animais. Essa questão dividiu posições entre as e os tocadores da cooperativa. Aqueles que defendem a possibilidade de comercialização desse tipo de alimento têm como principal argumento a maior capacidade que a cooperativa teria de tornar seus associados livres de atravessadores, à medida que encontrariam na GiraSol um espaço que ofereceria todos os tipos de alimentos, desde hortifrúti até os produtos de açou-

gue. Do outro lado, o grupo que se opõe à comercialização sustenta-se sobre os benefícios da alimentação vegetariana, tanto para a saúde humana quanto ao meio ambiente, e a necessidade de a GiraSol posicionar-se como órgão que defende e promove esses valores e princípios em espaços urbanos como Porto Alegre. A questão “carne *versus* sem carne” ainda não foi decidida de modo final pela cooperativa, optando-se neste primeiro momento pela não comercialização desse tipo de produto.

Nesta análise sobre a retomada da GiraSol, pode-se afirmar que o acesso a diferentes espaços e a diferentes grupos sociais, assim como o engajamento gradativo dos novos associados no

escopo e nos valores da cooperativa, constituem os principais desafios que estão por vir para sua total implementação e consolidação no cenário da alimentação saudável e da economia solidária de Porto Alegre.

Acreditamos que a experiência aqui relatada e as dificuldades encontradas representam particularidades não somente exclusivas a este empreendimento, mas compartilhadas por outros grupos de consumo responsável do Brasil. Esperamos, assim, ter contribuído para o debate e consolidação dessa justa e necessária forma de organização do consumo das cidades do país.

Gustavo Schütz e Pedro Frizo são Integrantes da GiraSol – Cooperativa de Comércio Justo e Consumo Consciente (grupo de consumo responsável de Porto Alegre/RS). Site: www.facebook.com/GiraSol-Cooperativa-de-Comércio-Justo-e-Consumo-Consciente-599123800248460/ E-mail: coopgirasol@gmail.com



3

Diálogos com as políticas públicas

Como o consumo responsável dialoga com as políticas públicas de economia solidária e de segurança alimentar e nutricional? Será que é possível construir políticas públicas nesses temas de maneira participativa? É possível criar uma lei partindo de uma demanda da sociedade civil e elaborá-la de forma participativa? De que forma a mobilização de produtores e consumidores garantiu a permanência de uma feira agroecológica na cidade de São Paulo? Essas são algumas questões tratadas nesta parte do livro.

O primeiro texto traz um resgate histórico da construção da política pública de economia solidária, as dificuldades de sobrevivência de seus empreendimentos e respostas da política diante desses desafios. Oferece elementos decorrentes do diálogo entre a economia solidária e o consumo responsável, como a necessidade de fomentar a problematização dos padrões de consumo, em uma política que pretende promover alterações nas relações de mercado. Destaca que as organizações coletivas voltadas ao consumo responsável

configuram-se como sujeitos de direito dessa política, como os grupos de consumo responsável, que tiveram sua organização em rede nacional apoiada pela Secretaria Nacional de Economia Solidária.

Na sequência, o texto sobre os orgânicos na alimentação escolar narra a trajetória da articulação entre sociedade civil e o poder público para a construção e implementação da lei que estabeleceu a obrigatoriedade da inserção de orgânicos na alimentação escolar do município de São Paulo, demonstrando que essa conquista é possível.

Por fim, um artigo que relata o conjunto de articulações e atividades educativas, promovidas em uma feira de produtos orgânicos e em transição agroecológica no município de São Paulo, descreve o episódio de luta pela permanência da feira no local onde é realizada. Mostra o valor da interação entre produtores, consumidores, organizações não governamentais e gestores públicos para o fortalecimento das feiras agroecológicas.

3.1

O consumo responsável na construção da política pública de economia solidária

FELIPE VELLA PATEO

A economia solidária é uma forma diferente de produzir, vender e comprar o que é preciso para viver. Se na economia convencional existe a separação entre os donos e os empregados, na economia solidária os trabalhadores são donos. “São eles

quem tomam as decisões de como tocar o negócio, dividir o trabalho e repartir os resultados.”¹

1 | [trabalho.gov.br/
trabalhador-economia-
solidaria](https://trabalho.gov.br/trabalhador-economia-solidaria)

Uma característica importante é a presença de relações de reciprocidade entre os trabalhadores, substituindo as relações de hierarquia.

Na América Latina, é possível identificar a existência das práticas de reciprocidade desde as formas como os indígenas organizavam o intercâmbio da força de trabalho antes da conquista europeia (QUIJANO, 2000) e a sua permanência nas comunidades indígenas remanescentes e nas comunidades construídas nos quilombos.

Nos anos 1980, em diversas partes da América Latina, a combinação de crise econômica e florescimento das iniciativas populares em meio ao processo de redemocratização faz com que diversas experiências de associativismo econômico surjam e ganhem visibilidade nas periferias urbanas e nas fábricas em processo de falência. Com o ganho de visibilidade e redirecionamento da atenção pública, essas experiências puderam se

articular, e os anos 1990 marcam a construção das redes e da sua organização como movimento social.

Como parte desse processo no Brasil, destaca-se nesse período a constituição do Fórum Brasileiro de Economia Solidária, ator que reivindicou e conquistou a construção da Secretaria Nacional de Economia Solidária no governo federal (LAPORTE, 2013).

A política pública de economia solidária e sua interação com o consumo responsável

O Brasil começou a construir uma política pública federal de economia solidária no ano de 2003 com a criação da Secretaria Nacional de Economia Solidária dentro do Ministério do Trabalho e Emprego. Nesse momento, foram feitas duas opções claras, a de que a economia solidária não é uma política da assistência social, apenas para os excluídos, e a de que, sendo assim, ela se conforma como uma alternativa de organização do trabalho, pautada na democracia, e que aponta para outro modelo de desenvolvimento.

2 | O Sies é um mapeamento que busca identificar e organizar as informações sobre Empreendimentos de Economia Solidária e entidades de apoio e fomento em todo o Brasil. Foi desenvolvido pela Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) em parceria com o Fórum Brasileiro de Economia Solidária. sies.ecosol.org.br/sies

O sujeito dessa política pública foi conceituado como o Empreendimento Econômico Solidário (EES), cuja existência na vida real foi verificada através do mapeamento da economia solidária e da construção do Sistema de Informações da Economia Solidária (Sies)², tendo chegado a ser normatizado por meio da Portaria MTE nº 1780, de novembro de 2014, que estabelece serem “Empreendimentos Econômicos Solidários aquelas organizações coletivas de caráter associativo e suprafamiliares que realizam atividades econômicas permanentes, cujos participantes são trabalhadores do meio urbano ou rural e exercem democraticamente a gestão das atividades e a alocação dos resultados”.

Identificado o sujeito da política, organizaram-se as ações com vistas a seu fortalecimento, definidas como a promoção do acesso: 1) ao conhecimento, mediante ações de formação, assessoramento técnico e incubação; 2) ao crédito, através das finanças solidárias; 3) ao mercado, mediante uma diversidade de estratégias de promoção da comercialização justa e solidária; 4) a um ambiente institucional adequado para seu desenvolvimento e formalização das suas atividades.

“Se na economia convencional existe a separação entre os donos e os empregados, na economia solidária os trabalhadores são donos. “São eles quem tomam as decisões de como tocar o negócio, dividir o trabalho e repartir os resultados.” ”

Definidos o sujeito da política e os serviços a ele oferecidos, para identificar o papel do consumo responsável na política, precisaremos então entender quais as atividades econômicas desempenhadas por esse sujeito e de que forma se promove o acesso ao mercado para o mesmo.

Sobre o primeiro ponto, é de se destacar que normalmente as atividades econômicas mais lembradas na definição dos Empreendimentos Econômicos Solidários são aquelas de produção, de comercialização e de prestação de serviços. É natural ainda que essas adquiram maior ênfase dentro de uma política pública inserida no Ministério do Trabalho, que tem como uma de suas tarefas a geração de postos de trabalho e a melhoria das condições dos trabalhadores.

No entanto, a definição de EES permite abranger também Empreendimentos Solidários que praticam atividades econômicas

como o crédito, a troca e o próprio consumo. Dessa forma, à medida que são Empreendimentos Solidários, as organizações coletivas voltadas ao consumo responsável configuram-se diretamente como sujeitos de direito de uma política pública, que devem ser fomentada.

Além disso, é possível questionar a pertinência de uma política pública que se propõe promotora de outro modelo de desenvolvimento que não busque provocar alterações nas relações de mercado, de forma a propiciar a construção de relações de solidariedade também entre produtor e consumidor, subvertendo a lógica do mercado autointeressado por uma lógica de mercado com solidariedade.

Desta forma, o fomento às organizações de consumidores e às relações de consumo pautadas na solidariedade e responsabilidade já deveria ser motivação suficiente para sua inserção na pauta de uma política que fomente outro desenvolvimento.

Mas, para além disso, a promoção do consumo responsável tem ainda mais um papel que poderia ser considerado instrumental, mas que é na verdade estratégico para a política pública de economia solidária, que é o de apoiar a promoção do acesso ao mercado àqueles empreendimentos produtivos e de prestação de serviços que geram “postos de trabalho associado”.

As dificuldades de sobrevivência dos Empreendimentos Solidários no mercado

Uma estratégia de promoção de acesso dos empreendimentos ao mercado não pode prescindir de uma dimensão pragmática, de prepará-los para competir e sobreviver no mercado convencional, praticando preços competitivos e entregando produtos de qualidade. No entanto, essa estratégia de sobre-

vivência extremamente necessária apresenta limites questionados, pelo menos desde 1900, com o dilema apresentado por Rosa Luxemburgo.

De acordo com esse questionamento, para competir no mercado convencional, os empreendimentos teriam que abrir mão de algumas de suas características definidoras, pois a necessidade de sobrevivência comprometeria a manutenção das relações horizontais, impossibilitando a construção de novas relações sociais de produção e mantendo os seus trabalhadores em uma situação de exploração, no que foi denominado de dilema da degeneração (transformação em empresa capitalista) ou falência.

Esse argumento pode ser questionado pela própria existência e sobrevivência, a longo prazo, de Empreendimentos Econômicos Solidários, o que poderia ser explicado, por exemplo, pela ausência do lucro patronal, que poderia ser revertido aos trabalhadores, ou pela existência de uma maior motivação para os trabalhadores ao realizarem um negócio próprio.

Para além da questão da competitividade, coloca-se a questão da perversão dos princípios na interação entre mercado e empreendimentos. Podem relações horizontais e cooperativas conviver com a lógica de disputa do mercado concorrencial sem ser por ele contaminadas? Ou seria possível, de outra forma, como se propôs anteriormente, construir outras relações de mercado a partir das práticas de solidariedade realizadas internamente aos empreendimentos?

Outro elemento a ser levado em conta nessa análise é a questão da escala, em geral, pequena, das atividades praticadas pelos Empreendimentos Econômicos Solidários, o que é natural por se tratar de resultados de processos de auto-organização popular, e das dificuldades advindas dessa escala pequena para a sobrevivência no mercado.

Baran e Sweezy (1974, p. 60) já afirmavam que “a pequena empresa se localiza na extremidade receptora, reagindo às pressões das grandes empresas e, em certa medida, modelando-as e canalizando-as, mas sem o poder efetivo de contrabalançá-las e, ainda menos, de exercer uma iniciativa independente própria”.

As respostas da política pública 1: organização em redes para solucionar a questão da escala

É possível dizer que, a princípio, nada impede a horizontalidade em empreendimentos de maior porte, que seria possível o avanço dos Empreendimentos Solidários no mercado em direção à consolidação de grandes cooperativas, mantendo-se os princípios da gestão democrática. Na prática, o que se verifica é que esse tipo de solução tende a impactar na construção de modelos de gestão onde se afastam os sócios das práticas cotidianas das cooperativas, de forma que o quadro social acaba sem condições de exercer o poder de autogestão, diluindo-se o caráter solidário da cooperativa.

“Dessa forma, à medida que são Empreendimentos Solidários, as organizações coletivas voltadas ao consumo responsável configuram-se diretamente como sujeitos de direito de uma política pública, que devem ser fomentada.”

Uma alternativa para solucionar o problema da escala que permite manter a competitividade sem a necessidade de afastamentos dos sócios da cooperativa é a organização dos empre-

endimentos em redes de cooperação solidária, onde se conjuga a manutenção de um tamanho apropriado para a gestão democrática nas cooperativas e associações com uma maior capacidade de negociação no mercado. O desafio da autogestão desloca-se então para o do associativismo de segundo grau, com a necessidade de construção de estruturas de governança que sejam ágeis, porém sem perder a capacidade de controle pelo conjunto dos associados dos empreendimentos.

Tauille (2002) explora com grande propriedade as vantagens adquiridas pelos Empreendimentos Solidários através da organização em rede. Essas vantagens vêm sendo buscadas como parte da estratégia da política pública de economia solidária, inicialmente mantida como módulo, conteúdo e objetivo dos programas de formação e qualificação para os empreendimentos de economia solidária e seus trabalhadores, como o PROESQ e posteriormente o PLANSEQ, com bons resultados no fortalecimento e articulação de redes.

3 | Compreende-se como Bases de Serviço em Economia Solidária as institucionalidades que prestam um ou mais tipos de serviços de apoio e assessoramento técnico aos EES e suas Redes de Cooperação Solidária. No geral, as Bases de Serviço são oriundas das próprias localidades onde atuam, desenvolvendo papel técnico e político de fortalecimento dos EES para ampliação do poder de governança dos mesmos nos processos de desenvolvimento territorial.

Uma inovação no modelo da política aconteceu em 2012, com o lançamento da Chamada Pública 004/2012, com o objetivo de promover “fortalecimento e a organização de *Redes de Cooperação Solidária* constituídas por Empreendimentos Econômicos Solidários como estratégia de fomento às cadeias produtivas e arranjos econômicos territoriais e setoriais de produção, comercialização e consumo solidários”. As principais inovações foram: i) a introdução da metodologia da base de serviços³ como instrumento de organização do assessoramento técnico e ii) a ênfase na construção participativa dos instrumentos de planejamento, seja das redes apoiadas, seja dos Empreendimentos Econômicos Solidários.

Dessa forma, visou-se provocar o estudo dos potenciais ganhos econômicos da articulação daqueles empreendimentos em redes e o início da sua implementação prática, para além do fortalecimento da capacidade de incidência política que é natural ao processo de constituição de uma rede. Assim, na grande maioria dos projetos apoiados, as propostas de articulação em rede visaram a construir estratégias de comercialização coletiva ou de redução de custos, incluindo-se em alguns casos propostas de avanço nos elos das cadeias produtivas, especialmente nas etapas de processamento e industrialização.

Pode-se afirmar que esta foi uma estratégia bem-sucedida, especialmente nos casos em que as redes já conseguiram obter recursos de capital para implementar seu plano de desenvolvimento e fortalecer o posicionamento de seus membros no mercado convencional.

As respostas da política pública 2: construção do comércio justo e solidário

Outra perna relevante da política pública de economia solidária visa promover o acesso dos Empreendimentos Econômicos Solidários ao mercado através do apoio à construção de uma identidade socialmente reconhecida para esses empreendimentos, levando à construção de um mercado consumidor que valorize as suas características intrínsecas de justiça socioeconômica e sua forma de organização. Pautam-se, dessa forma, numa lógica de transparência, solidariedade, justiça e respeito ao ambiente.

Trata-se de uma vertente do consumo responsável que propõe, a partir de processos de educação e incidência política, promover uma reflexão mais aprofundada nos consumidores, que os esti-

mule a compreender a história do produto e suas consequências, e transformar hábitos de consumo, não só de um grupo de militantes mobilizados, mas da população em geral que, ao fazer suas compras, pode incorporar critérios de escolha adicionais, além do preço e da qualidade. É nessa linha que se situam as práticas do comércio justo, que no Brasil são acrescidas do adjetivo solidário, vinculando suas práticas à dos Empreendimentos de Economia Solidária.

Cabe à política pública, nesta esfera, o papel da regulamentação e o papel da promoção e da divulgação, a partir de uma escolha estatal em promover outro modelo produtivo. Neste caso, é imprescindível, para que esta política pública possa funcionar, a participação ativa de organizações da sociedade civil com enraizamento social para mobilizar consumidores e com articulação junto aos atores de mercado para promoção dos produtos dos empreendimentos.

No Brasil, essa política pública traduziu-se no longo processo de construção do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário, reconhecido publicamente através do Decreto 7358⁴, de 2010, parcialmente regulamentado por portarias do Ministério do Trabalho. Esse processo traduziu-se na coconstrução (governo e sociedade civil) das diretrizes do processo de reconhecimento do que é comércio justo e solidário no Brasil e na promoção desse conceito junto aos Empreendimentos Econômicos Solidários.

É necessário constatar que até o momento ainda não se avançou o suficiente na mobilização dos atores tradicionais de mercado para o reconhecimento e aplicação desse conceito. Parte das dificuldades encontradas no avanço dessa estratégia pode ser explicada por uma certa desconfiança quanto à sua efetividade por parte dos setores mais engajados dos praticantes do comércio justo e solidário.

4 | Decreto 7358/2010:

planalto.gov.br/ccivil_03/at02007-2010/2010/decreto/d7358.htm

A emergência de movimentos sociais mobilizados pela defesa dos pequenos produtores associados coletivamente está, em geral, associada com a dificuldade destes de gerar uma renda adequada para sua sobrevivência nos mercados locais. No entanto, o processo de padronização e inserção nas grandes redes, ao passo em que guarda um potencial de maior escala e solução dos problemas reais dos empreendimentos, guarda também um potencial de perversão e desconexão dos valores iniciais da economia solidária e do comércio justo, com a colonização deste por empresas que se apropriam dos valores gerados nos processos de certificação, distribuição e, em alguns casos, até mesmo da produção, que passa a ser realizada por empresas “capitalistas” com preocupação “social”, tornando a geração de escala mais importante que os próprios princípios motivadores dos movimentos.

Outra vertente de política pública seria fomentar o próprio papel do Estado como consumidor responsável dos serviços e produtos da economia solidária. Há que se registrar ainda avanços da política pública nesse sentido, mesmo que as experiências massificadas como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) estejam restritas à agricultura familiar. Espera-se que a construção, em 2015, do Cadastro Nacional de Empreendimentos de Economia Solidária (Cadsol)⁵ contribua para que se avance nesse sentido, resolvido o pressuposto básico de reconhecimento público do sujeito que se quer apoiar.

5 | Cartilha sobre o Cadsol:

goo.gl/xH9Xdc

Por outro lado, houve bastante avanço em uma proposta que se coloca como alternativa ao modelo massificador, que é a de construção dos denominados “circuitos curtos”, que propõem a venda direta (ou com no máximo um intermediário) e uma maior conexão entre o consumidor e o produtor, como as feiras agroecológicas e os grupos de consumo responsável. Para esse público, a política necessária está mais no âmbito do fomento e da promoção do que no da regulamentação.

Nesse campo, a SENAES desenvolveu algumas ações, como a parceria com o Instituto Marista de Solidariedade, iniciada com uma política de fomento à organização de feiras de economia solidária que inicialmente tinham o caráter de grandes eventos e encontros, tendo-se avançado para uma proposta de apoio a feiras regulares e outros espaços de comercialização solidária, como lojas e centros públicos.

Para além dos espaços de comercialização solidária, encontra-se nessa vertente a proposta da organização dos grupos de consumo responsável como linha talvez mais desafiadora e que requer maior dedicação militante para sua organização, pois propõe a própria organização de consumidores como sujeito econômico coletivo.

As respostas da política pública 3: intersecção da proposta de redes com a de construção de mercados pautados na solidariedade

A parceria da SENAES com o Instituto Kairós é pioneira por conciliar todos os aspectos da política pública abordados até aqui como alternativa para a solução da questão do acesso ao mercado. Em primeiro lugar, o projeto tem um foco no público dos consumidores organizados coletivamente, reconhecendo a sua importância como sujeito econômico que, pela sua atividade, está construindo um novo mercado pautado na solidariedade.

Esse aspecto de construção de novos mercados é então conciliado com a proposta de organização de redes, uma forma especial de rede de cooperação solidária que tem o grupo de consumo responsável como vértice da rede, servindo este grupo como instrumento para viabilização da sustentabilidade de uma quantidade variável de Empreendimentos Soli-

dários a ele vinculados. Desta forma, fomenta-se a inclusão socioeconômica através da viabilização tanto de atividades produtivas quanto do acesso a produtos de qualidade ambiental e nutricional a preços mais acessíveis aos trabalhadores e trabalhadoras.

Tomar esta primeira experiência como base para pensar perspectivas de políticas públicas implica analisar o método utilizado na política pública. O edital das redes de cooperação solidária, como grande parte das políticas desenvolvidas pela Secretaria Nacional de Economia Solidária, optou por apoiar as experiências já existentes e sendo implementadas pelas organizações da sociedade civil, com o objetivo de fortalecê-las.

“Podem relações horizontais e cooperativas conviver com a lógica de disputa do mercado concorrencial sem ser por ele contaminadas? Ou seria possível, de outra forma, como se propôs anteriormente, construir outras relações de mercado a partir das práticas de solidariedade realizadas internamente aos empreendimentos?”

Esta opção permite consolidar e sistematizar experiências exitosas, mas não resolve o problema da escala dos instrumentos construídos, o que deveria ser o objetivo de uma política pública que se propõe como alternativa de desenvolvimento. Coloca-se, portanto, a tarefa de refletir sobre o papel e a viabilidade de uma proposta de indução e multiplicação de grupos de consumo responsável para uma política pública de economia solidária.

As estratégias possíveis incluem o fomento à organização de grupos de consumo articulados a redes territoriais de empreendimentos produtivos ou a incorporação da estratégia de organizações e instituições coletivas de consumo em uma política pública focada na garantia de segurança alimentar para a população.

O estudo da viabilidade dessas estratégias e da própria viabilidade de ampliação da estratégia de organização de grupos de consumo responsável a partir da indução do Estado são questões importantes, cuja reflexão se coloca para o momento em que houver um ambiente favorável para o desenvolvimento de políticas públicas de economia solidária.

Felipe Vella Pateo é militante da economia solidária e servidor público, foi coordenador-geral de Fomento à Economia Solidária na SENAES/MTE entre 2015 e 2016. E-mail: felipe.pateo@gmail.com

Referências Bibliográficas

BARAN, P.; SWEEZY, P. **Capitalismo monopolista**. Rio de Janeiro: Zahar, 2 ed., 1974.

LAPORTE, A. L. A. “Políticas federais e movimento de economia solidária: ações de formação no estado de São Paulo”. Dissertação de mestrado, Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2013.

LUXEMBURGO, R. **Reforma ou revolução**. 1900. Disponível em: <http://www.marxists.org/portugues/luxemburgo/1900/ref_rev/index.htm>

QUIJANO, A. Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina. In: LANDER, E. (comp.). **La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales**. Buenos Aires, Argentina: Perspectivas Latinoamericanas. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – CLACSO, Jul. 2000.

TAUILE, J. R. Do socialismo de mercado a economia solidaria. In: **Revista de Economia Contemporânea**. 2002.

3.2 Orgânicos na alimentação escolar: diálogos entre a sociedade civil e o poder público para a construção de uma política de Estado

ANA FLÁVIA BORGES BADUE

“Uma forte vontade política é pré-requisito para a implementação e manutenção de programas de alimentação escolar integrados à agricultura familiar. Existe uma necessidade de desenvolver políticas e marcos legais claros que possam orientar a implementação a longo prazo de programas de alimentação escolar sustentáveis.”

Fórum Global de Nutrição Infantil (GCNF), 2016¹

1 | O Fórum Global de Nutrição Infantil (GCNF) é uma plataforma para alavancar uma mudança efetiva no desenvolvimento de programas de alimentação escolar integrados à agricultura familiar. O trecho faz parte do relatório do encontro, realizado em setembro de 2016 na Armênia, goo.gl/Fxz8Hp

Será que é possível construir uma lei partindo de uma demanda da sociedade civil e elaborá-la de forma participativa? A articulação para a construção e implementação da lei que estabeleceu a obrigatoriedade da inserção de orgânicos na alimentação escolar do município de São Paulo demonstrou que essa conquista é possível. Ela é considerada um verdadeiro marco do movimento pela Segurança Alimentar e Nutricional e pode inspirar e mobilizar outros processos semelhantes no país. É também uma referência de que se

pode construir uma política de Estado, que está respaldada na vontade de transformação pela melhoria da qualidade de vida da cidade e do planeta.

Contextualização

Mas uma política desta não se constrói da noite para o dia, sobretudo quando se trata de uma aquisição em tão grande escala de alimentos orgânicos. Decorreram cerca de seis anos desde a primeira oportunidade de discussão pública do tema na Câmara de Vereadores até a publicação do decreto de regulamentação da lei.

O contexto dessa mobilização da sociedade civil organizada se deu pela compreensão e constatação de que, para a efetiva prática da Segurança Alimentar e Nutricional, é preciso a universalização do acesso ao alimento mais saudável orgânico, que promove a saúde e a melhoria da qualidade de vida dos consumidores e dos trabalhadores, contribuindo na prevenção de doenças crônicas degenerativas, provocadas pelo consumo constante de alimentos com agrotóxicos, transgênicos e aditivos químicos. Além da área da saúde, diversos estudos demonstram que a produção orgânica presta grande serviço também na área ambiental, pela contribuição na conservação da biodiversidade, na melhoria da qualidade da água e do ar, na recuperação da vitalidade do solo e na conservação e produção de água, e o conseqüente aumento de produtividade. Para a universalização do acesso a esses alimentos, contudo, é necessário propiciar, por meio de políticas públicas, a ampliação de meios de comercialização que estimulem a produção, como a realização de feiras orgânicas em espaços públicos, a priorização da inserção de alimentos orgânicos na alimentação escolar, entre outras formas de compras públicas.

Assim, o pleito por essa lei se deu mesmo reconhecendo que o Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE (Lei nº 11.947/2009) e sua regulamentação (Resoluções nºs 38/2009;

26/2013 e 04/2015) representaram um grande avanço ao trazer como obrigatoriedade que pelo menos 30% da alimentação escolar, que utiliza recurso do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), passasse a ser adquirida diretamente da agricultura familiar, com o intuito de promover alimentação mais saudável com mais alimentos *in natura* de acordo com a cultura de cada região e estimulando o agricultor familiar. Bem como também ao colocar a aquisição de alimentos orgânicos de agricultores familiares entre os critérios de seleção na chamada pública². Contudo, na lei do PNAE, a aquisição de orgânicos está em terceiro nível de prioridade como critério de seleção, vindo depois da priorização da compra de associações e cooperativas locais, regionais, estaduais e interestaduais, e da aquisição de assentados, indígenas e quilombolas.

2 | Chamada pública é um instrumento jurídico que a administração pública utiliza para anunciar as regras de compra de alimentos da agricultura familiar para o PNAE.

26/2013 e 04/2015) representaram um grande avanço ao trazer como obrigatoriedade que pelo menos 30% da alimentação escolar, que utiliza recurso do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), passasse a ser adquirida diretamente da agricultura familiar, com o intuito de promover alimentação mais saudável com mais alimentos *in natura* de acordo com a cultura de cada região e estimulando o agricultor familiar. Bem como também ao colocar a aquisição de alimentos orgânicos de agricultores familiares entre os critérios de seleção na chamada pública². Contudo, na lei do PNAE, a aquisição de orgânicos está em terceiro nível de prioridade como critério de seleção, vindo depois da priorização da compra de associações e cooperativas locais, regionais, estaduais e interestaduais, e da aquisição de assentados, indígenas e quilombolas.

Ainda que essa lei considere que deva ser pago valor diferenciado de até 30% a mais aos alimentos orgânicos, o FNDE não repassa esse valor adicional para a aquisição destes alimentos e, portanto, deve caber ao estado ou município complementar o valor a mais ou reduzir a quantidade total de alimentos adquiridos para poder incorporar os alimentos orgânicos. Assim, a efetividade da aplicação deste critério tem sido um desafio, sobretudo num cenário em que não há atualização anual do valor *per capita* repassado pelo FNDE para aquisição de gêneros alimentícios a municípios e estados.

A lei municipal amplia o PNAE na efetiva promoção da agroecologia

Nesse contexto, cabe ressaltar que, mesmo antes da aprovação do projeto de lei (PL), a prefeitura já vinha, desde 2013, comprando alimentos orgânicos da agricultura familiar. Ainda assim, a criação de uma lei teve o propósito de garantir a perenização e ampliação da política pública de aquisição desses alimentos.

Portanto, diante do entendimento de que as compras públicas podem ter um grande poder indutor na ampliação da produção orgânica e na transição agroecológica, não só no município, mas também em todo o país, é que se colocou como um dos objetivos centrais da Plataforma de Apoio à Agricultura Orgânica, a demanda de uma lei municipal que garantisse a prioridade da aquisição de orgânicos, cabendo ao município assumir a complementação do valor previsto para esta aquisição.

E assim a Lei Municipal n.º 16.140/2015 dispõe sobre “a obrigatoriedade de inclusão de alimentos orgânicos ou de base agroecológica na alimentação escolar no Sistema Municipal de Ensino de São Paulo”, e seu Decreto de Regulamentação n.º 56.913/2016 traz o plano de ação para implementação da lei, com destaque à meta do aumento gradativo da aquisição de alimentos orgânicos e agroecológicos, para garantir a efetiva e ampla inclusão destes na alimentação escolar, que estabelece que, até 2026, 100% da alimentação escolar municipal deve ser orgânica. O município deve destinar até 30% a mais de recursos especificamente para complementar a compra desses produtos orgânicos e de base agroecológica, como também aqueles produzidos no município em propriedades que estão em transição agroecológica. Isso por si só já constituiu uma política de incentivo à prática da agroecologia em todo o município de São Paulo, que tem cerca de 24% de seu território em área de proteção ambiental. Cabe ao município, também, promover os devidos ajustes em sua política de alimentação escolar, de modo a viabilizar a entrada deste perfil de alimento na rede pública de educação.

Sem prejuízo do cumprimento da lei do PNAE de garantir pelo menos 30% da compra da agricultura familiar, tal meta se mantém buscando sempre a progressividade da inclusão da compra de alimentos orgânicos. A implementação da lei municipal busca efetivar a ampliação dessa meta para além dos 30%, mas também prevê que, caso a meta não seja atendida pela falta de

oferta da agricultura familiar, a aquisição possa ser de pequenos e médios produtores orgânicos.

Além do mais, a lei municipal não só trata da aquisição com recurso do FNDE, destinada às escolas que recebem alimentos comprados pela prefeitura, mas também da aquisição de alimentos pelas terceirizadas que recebem recursos diretos da prefeitura.

A trajetória da construção da lei municipal

A construção desta lei nasceu das demandas da sociedade civil trazidas para pauta em seminário realizado na Câmara de Vereadores em 2011, organizado pela parceria de duas entidades do movimento agroecológico com um vereador. Posteriormente, essas demandas foram sistematizadas e se transformaram na base de uma Plataforma de Apoio à Agricultura Orgânica no município de São Paulo, que contou com a participação de outras 25 entidades. E em 2012, apoiaram essa plataforma dois candidatos a prefeito e três vereadores de partidos distintos.

Houve, antes da construção da plataforma, a elaboração de um primeiro projeto de lei, apresentado por um dos vereadores, que foi vetado pelo prefeito por considerar que seria tecnicamente inviável implementá-lo da forma como foi colocado. Mas o prefeito se comprometeu a reavaliar um novo projeto de lei se fosse formada uma comissão com a participação do Executivo, dos três vereadores e dos representantes da sociedade civil integrantes da plataforma³. No decorrer do processo, aderiram outros três vereadores.

3 | Este posteriormente se tornou o PL 451/2013.

Em 2013, aproveitando a Primeira Semana de Agroecologia da cidade de São Paulo na Câmara Municipal, realizada por integrantes da plataforma e com apoio da Frente Parlamentar pela Sustentabilidade, como forma de avaliar e melhor dimensionar a construção do PL, organizou-se uma oficina sobre o tema que trazia exemplos bem-sucedidos de experi-

ências de compra de orgânicos para alimentação escolar da agricultura familiar do estado do Paraná e do município de São Bernardo do Campo.

Além disso, após intensos debates, o novo PL passou por duas audiências públicas em que recebeu diversas contribuições, que foram incorporadas em texto substitutivo, exaustivamente discutido. Também foi analisado por algumas secretarias municipais e recebeu contribuições de representantes do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA). Com essa participação da sociedade civil, do Executivo e de vereadores suprapartidários, a lei foi aprovada por unanimidade na Câmara e no mês seguinte sancionada sem veto pelo prefeito (em março de 2015).

A partir daí, a Coordenadoria de Alimentação Escolar da Secretaria Municipal de Educação (Codae/SME) passou a coordenar a construção participativa da regulamentação da lei e de seu plano de ação. Esse processo durou um ano e contou com a participação da sociedade civil, representantes dos vereadores e de outras secretarias (SVMA, SMS e SDTE/Cosan) em reuniões mensais. O processo de construção contou ainda com uma consulta pública que teve o maior acesso no site da prefeitura até então, e houve 151 contribuições, tendo sido incorporadas todas as sugestões pertinentes. Cabe destacar o amplo acesso e repercussão que este assunto teve junto às redes sociais, o que o caracteriza como tema de ampla mobilização da sociedade.

Na assinatura do decreto de regulamentação da lei, uma cerimônia realizada em uma escola municipal celebrou a conquista com o plantio coletivo de plantas alimentícias não convencionais (Pancs) na horta escolar e ainda uma homenagem à doutora Ana Maria Primavesi, a grande mestra da agroecologia. E uma camiseta registrou a data e estampou suas sábias frases: “Água se planta” e “Nossa vida depende do solo”.

Os desafios da construção da regulamentação da lei municipal

O grande impasse entre a sociedade civil e o Executivo, no entanto, durante esse processo de construção da regulamentação, se deu em relação à meta da compra progressiva. Sob a alegação de que a complexidade por trás das compras públicas demandaria um aumento gradual mais lento do que a sociedade civil propunha, e que a meta de crescimento prevista não estava de acordo com o crescimento do mercado de orgânico, e assim poderia não haver oferta suficiente da produção orgânica, a prefeitura inicialmente propôs que a lei fosse cumprida em 26 anos. A sociedade civil então se mobi-

lizou compondo o grupo Orgânicos para Todos (com 45 entidades⁴) na consulta pública e obteve o apoio do Conselho de Alimentação Escolar (CAE) e do Conselho Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional (Comusan), para defender que, em onze anos, toda a alimentação escolar (cerca de 2,2 milhões de refeições/dia) deveria ser 100% orgânica, comprada da agricultura familiar e de pequenos e médios produtores. Tal

proposta teve como referência a experiência bem-sucedida do Paraná, que, mesmo sem uma lei como a que se pretendia para São Paulo, construiu uma estrutura facilitadora e que tem induzido o crescimento da transição agroecológica e da produção orgânica em toda a região sul.

Constatou-se depois que essa proposta também estava coerente com as metas da Planapo para 2016/2019, demonstrando que, com incentivo à ATER agroecológica e às compras públicas que promovam um planejamento da produção pela contratação antecipada, o crescimento da agricultura orgânica poderá atender à demanda prevista na lei. Assim, a participação e articulação da sociedade civil de forma organizada foi fundamental no processo de pressão junto ao poder público e para conseguir o acordo em torno da meta por ela demandada.

4 | Entidades integrantes do grupo Orgânico para Todos organizado para encaminhar proposta na consulta pública: institutokairos.net/2016/09/organizacoes-integrantes-do-grupo-organicos-para-todos

A participação e o controle social para o cumprimento da lei municipal

O processo de articulação e mobilização da sociedade civil não se deu somente no âmbito da construção da lei. Os integrantes da plataforma também tiveram uma ativa participação ao longo das 61 audiências públicas, desde 2013, do processo de revisão participativa do Plano Diretor Estratégico (PDE) do município. Houve ainda uma significativa presença nas audiências públicas do Programa do Plano de Metas para a cidade. Essa participação foi fundamental para a incorporação de itens essenciais para o desenvolvimento da agricultura orgânica e de base agroecológica familiar no município. Entre as reivindicações, destacam-se duas importantes conquistas no Plano Diretor: o reconhecimento da zona rural do município e a incorporação do Pagamento por Serviços Ambientais (PSA) como instrumento autoaplicável para viabilizar a conservação de florestas e proteção dos corpos hídricos. O mesmo ocorreu na mobilização pela permanência da feira de orgânicos municipal no Centro Esportivo do Modelódromo do Ibirapuera, que propiciou o movimento #afeirafica, que por fim conquistou o decreto que permite a realização de feiras orgânicas em centros esportivos e clubes da comunidade no município de São Paulo. Tudo isso se deu num ambiente de articulação e mobilização de inúmeras entidades e movimentos em prol da agroecologia em nível municipal, estadual e nacional.

No caso da lei municipal, por todo seu histórico de construção, garantir a participação da sociedade civil de forma efetiva na sua implementação era fundamental. Assim, conforme previsto no seu decreto de regulamentação, as contribuições para implementação e o controle social no seu acompanhamento devem ser feitos por Comissão Gestora que foi constituída tendo em sua composição sete representantes titulares do poder público, podendo indicar suplentes: cinco representantes de secretarias, sendo quatro deles envolvidos na construção do

5 | São elas: Codae/SME (Coordenadoria de Alimentação Escolar e outras áreas da Secretaria Municipal de Educação), Covisa/SMS (Covisa e outras áreas da Secretaria Municipal de Saúde), Cosan/SDTE (Coordenadoria de Segurança Alimentar da Secretaria Municipal de Desenvolvimento, Trabalho e Emprego) e UMAPAZ/SVMA (UMAPAZ e outras áreas da Secretaria Municipal do Verde e Meio Ambiente), Secretaria Municipal de Gestão.

6 | Representante de entidades de agricultores local, estadual e nacional, de entidades de professores e diretores; merendeiras; jornalistas ou consumidores; nutricionistas; de entidades de ensino e pesquisa; de empresas terceirizadas e de entidades afins.

Plano de Ação⁵, e dois representantes do Legislativo; além de onze representantes da sociedade civil organizada⁶ e três representantes dos conselhos (Comusan, CAE e Cades).

A fim de melhor estruturar sua ação, a comissão se divide em quatro grupos de trabalho temáticos:

- **articulação** entre os diversos órgãos de governo para melhor implementação da lei;
- **comunicação** para publicização dos trabalhos da Comissão Gestora para todos (governo e população);
- **infraestrutura e formações** que trata da infraestrutura necessária das cozinhas e hortas; ambiente educativo ideal para a alimentação escolar orgânica através do incentivo às práticas de cultura de paz; hortas orgânicas pedagógicas e suplementação alimentar e compostagem; educação em Segurança Alimentar e Nutricional; culinária saudável; minimização de resíduos na escola; e princípios de promoção da saúde.
- **compras institucionais** mecanismos necessários para viabilizar a aquisição dos alimentos orgânicos de agricultores familiares, pequenos e médios produtores, visando a cumprir a meta prevista no plano de ação da lei, envolvendo tanto a compra direta como a das terceirizadas.

Os desafios iniciais da implementação da lei municipal

Após a regulamentação da lei e constituição da Comissão Gestora, a implementação da lei depara-se com os desafios da necessária adaptação na estrutura de compras da Coordenadoria de Alimentação Escolar para a aquisição progressiva da alimentação orgânica, em especial a questão da definição dos preços de referência, do

formato das chamadas públicas e da capacitação dos agentes escolares para possibilitar a construção do sistema de universalização e democratização do acesso aos alimentos saudáveis orgânicos aos alunos. A lei estabelece também a diretriz de criar arranjos locais, de modo a garantir a aquisição, ainda que a produção seja pequena, dos agricultores familiares orgânicos e agroecológicos da zona rural paulistana. Isso demanda estratégias que visam a estimular toda a cadeia produtiva e a organização dos produtores até o abastecimento, com assistência técnica permanente e estímulo ao consumo nas escolas. A implementação da lei, que propicia um novo enfoque e garante uma centralidade à educação alimentar e ambiental no processo pedagógico nas escolas, também se apresenta como um desafio e oportunidade de transformação.

“Compras públicas podem ter um grande poder indutor na ampliação da produção orgânica e na transição agroecológica, não só no município, mas também em todo o país”

Outro grande desafio encontrado é a enorme burocracia da máquina pública. Mesmo com a lei do PNAE vigorando desde 2010 e a aquisição crescente de alimentos da agricultura familiar pelo instrumento de chamada pública (que dispensa a exigência de processo licitatório do menor preço), ainda se encontra dificuldade de compreensão deste sistema em algumas esferas do Executivo e Judiciário de diversos municípios e estados, sob a alegação do “princípio da economicidade”. O mecanismo da chamada pública é um mecanismo de apoio que permite a aquisição da agricultura familiar, como previsto na lei do PNAE, ao obrigar os municípios e estados a direcionarem pelo menos 30% do recurso do FNDE para compras diretamente da agricultura familiar para a alimentação escolar.

Nesse contexto, a Comissão Gestora do Plano de Ação da Lei dos Orgânicos na Alimentação Escolar tem proposto caminhos para mudanças dos processos de aquisição da agricultura familiar em São Paulo. Com base em experiências exitosas, como a do Paraná, nos mecanismos de compra da agricultura familiar através de: chamada pública única que publica os preços de todos os alimentos possíveis de serem adquiridos da agricultura familiar organizados em doze grupos; as chamadas públicas são feitas com antecedência de seis a oito meses do início das entregas nas escolas para permitir que haja o planejamento da produção e, reconhecendo a grande diversidade de alimentos que podem ser fornecidos pela agricultura familiar orgânica, adotam cardápio flexível que respeita a sazonalidade e considera as variações possíveis dentro dos doze grupos de alimentos; sistema eletrônico para chamada pública, uma tecnologia social desenvolvida pelo estado do Paraná e reconhecida pela Fundação Banco do Brasil, que tem como base o conhecimento prévio da oferta, ou seja, os agricultores familiares cadastram sua intenção de venda para fornecimento de gêneros na alimentação escolar do estado, e o sistema eletrônico organiza, classifica e seleciona as propostas. Foram também discutidos mecanismos que facilitem a tomada de preços da agricultura familiar orgânica e os padrões mínimos de identidade e qualidade dos alimentos que estão em avaliação para serem adaptados à realidade do município. Seria de grande importância que essas estratégias bem-sucedidas de compra da agricultura familiar e, sobretudo, das especificidades da compra de alimentos orgânicos pudessem ser compartilhadas entre prefeituras e estados com o apoio do FNDE/PNAE. Nesse contexto, seria importante a criação de uma rede colaborativa entre prefeituras e estados para troca de experiências, assim como foi proposto no Fórum Global de Nutrição Infantil realizado em 2016 na Armênia.

Paralelamente, a comissão vem conversando com cada ator da área jurídica a fim de sensibilizar sobre a importância da lei e

demonstrando que a compra de orgânicos é que é econômica. Isso porque, mesmo que se pague 30% a mais em princípio, os orgânicos promovem um enorme retorno socioambiental, e o alimento convencional acaba por custar muito mais caro por não incorporar as externalidades dos seus impactos negativos socioambientais e na saúde das crianças e dos trabalhadores em seus custos. Essa análise deveria respaldar o princípio da chamada pública para a compra da agricultura familiar, bem como o princípio da Lei n.º 12.349/2010, que alterou a Lei de Licitação (8.666/1993), colocando que a licitação deve visar “a promoção do desenvolvimento nacional sustentável”, o que traz uma nova dimensão de avaliação do “princípio da economicidade” para os gestores públicos.

Considerações finais

Um dos propósitos dessa lei é inverter a lógica atual, pois o que se pensa economizar no prato se gasta depois na farmácia e no hospital. O que motivou a sociedade civil a demandar essa lei é a certeza de que podemos mudar a insegurança alimentar que a sociedade contemporânea vivencia, com grandes impactos socioambientais.

Muitos nos perguntam: mas a agricultura orgânica consegue produzir em escala? Tem produtividade elevada? A resposta vem de vários exemplos de produção orgânica de alta produtividade e da FAO – Organização das Nações Unidas para Alimen-

tação e Agricultura, que admite que o atual padrão de produção e alimentar é insustentável. Segundo ela, se tivermos uma agricultura localmente adaptada que componha a dieta com plantas daquele lugar, com uma base de cereais e hortaliças abundantes, frutas abundantes, quantidades moderadas de produtos de origem animal, podemos alimentar o planeta inteiro. Com isso, podemos alimentar 10 bilhões de pessoas no futuro⁷.

7 | nacoesunidas.org/fao-como-alimentar-a-crescente-populacao-global
e nacoesunidas.org/paises-devem-adotar-diretrizes-alimentares-que-levem-em-conta-a-sustentabilidade-diz-fao

E que outra ação mais indutora para avançarmos neste caminho do que a alimentação escolar? Certamente, são muitos os desafios e, portanto, oportunidades para a viabilização da aquisição de alimentos orgânicos e de base agroecológica na alimentação escolar pela prefeitura do município de São Paulo, mas a mobilização da sociedade civil e o envolvimento de diferentes atores sociais e agentes políticos são fundamentais para enfrentá-los. Assim, é necessário envolver neste processo lideranças da sociedade civil organizada e do poder público municipal Executivo, Legislativo e Judiciário e conselhos (de SAN, Alimentação Escolar, Desenvolvimento Sustentável e de Saúde), se possível.

Acreditamos que esta mobilização da sociedade civil contribuiu muito para essa conquista, o que sinaliza um bom caminho para que a efetiva priorização da compra de orgânicos na alimentação escolar possa ocorrer em outros municípios e estados. Considerando as devidas adaptações a cada realidade, essa experiência pode e deve servir de inspiração para outros municípios.

“[...] se tivermos uma agricultura localmente adaptada que componha a dieta com plantas daquele lugar, com uma base de cereais e hortaliças abundantes, frutas abundantes, quantidades moderadas de produtos de origem animal, podemos alimentar o planeta inteiro.”

Temos que considerar também que toda mobilização para promover assistência técnica para agricultores para a tran-

sição agroecológica e produção orgânica não beneficiará somente o município de São Paulo, mas também os diversos municípios e regiões em que estiverem estes agricultores, que se beneficiarão com o potencial de fornecimento de alimentos orgânicos para a população e para as compras públicas, além da melhoria das suas condições de trabalho e da conservação ambiental da região.

Além de ser um marco do movimento de Segurança Alimentar e Nutricional, a lei se alinha ao *Guia alimentar para a população brasileira* do Ministério da Saúde (2014), que recomenda que se deve privilegiar o consumo de alimentos *in natura* ou minimamente processados, cuja produção e distribuição sejam socialmente e ambientalmente sustentáveis, como os alimentos orgânicos e de base agroecológica, e com os princípios da Campanha de Promoção da Saúde do SUS. Portanto, São Paulo sai na frente com uma política clara para atendimento do Pacto Federativo pela Promoção da Alimentação Saudável (MDS e MS), atendendo assim as demandas do Comusan e Consea (Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional).

Para o mundo, esta lei efetivada poderá ser considerada uma das grandes políticas de cumprimento dos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU (Agenda 2030), com metas de uma agricultura mais sustentável até 2030, integrando-se aos movimentos de Cidade em Transição e do Comércio Justo e Solidário. Também estará atendendo o desafio que o Brasil assumiu durante a Conferência Climática, de que em quinze anos deverá adotar uma ampla prática de agricultura de Baixo Carbono.

Mesmo com todas essas evidências, o ingrediente fundamental para viabilizar esta grande conquista para a população de São Paulo foi o respeito às diferenças e a união pelo propósito comum de todos os envolvidos. A participa-

ção efetiva dos órgãos municipais e federais na discussão demonstrou vontade política, que é fundamental para viabilizar a compra da agricultura familiar e de orgânicos na maior cidade do país. Isso possibilitou a participação qualificada da sociedade civil, que promoveu várias atividades para debater o assunto; houve maturidade na discussão de pontos controversos entre governo e sociedade civil; bem como o processo de construção do Plano de Ação possibilitou uma interação necessária e uma parceria inédita entre os conselhos Comusan e CAE. E isso, com certeza, possibilitou um grande avanço na construção do plano de ação da regulamentação da lei.

Destacamos também outro ineditismo: o mecanismo de controle social da lei, por meio da criação de uma comissão gestora de sua implementação. Isso contribui para que esta seja uma lei de Estado e não de um governo. O que significa que todos os eventuais desafios para a sua implementação serão encarados daqui para a frente como metas de gestores de qualquer governo para o município. Também espera-se que seja formado um pacto em todas as esferas de governo (municipal, estadual e federal), para cumprimento efetivo da meta de implementação de 100% de alimentação orgânica em onze anos.

Sem dúvida, a lei de São Paulo é uma grande oportunidade de transformação econômica e socioambiental. Mas a responsabilidade por sua efetividade e eficácia é de cada um e de todos nós. Portanto, a pergunta que fica a todos nós cidadãos é se queremos todos juntos promover este salto “quântico”. Queremos construir esta arca em que a crise é na verdade uma oportunidade de crescimento? Queremos que a escassez seja substituída por abundância agroecológica e solidariedade?

Ana Flávia Borges Badue é integrante do Instituto Kairós e conselheira da Associação de Agricultura Orgânica (AAO), conselheira municipal do Conselho de Alimentação Escolar (CAE) e do Conselho Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional (Comusan), conselheira estadual do Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (Consea) e da Comissão de Produção Orgânica (CPORG-SP), e integrante da Plataforma de Apoio à Agricultura Orgânica Municipal. Atualmente está também na coordenação da Comissão Gestora do Plano de Ação para implementar a Lei nº 16.140/2015 e o Decreto nº 56.913/2016. O texto contou ainda com contribuições de: André Luzzi, Christiane Costa, Danuta Chmielewska, Juliana Gonçalves, Luiz Henrique Bambini, Márcia Stolarski, Márcio Stanziani, Maria Lúcia Bellenzani e Thais Mascarenhas.

Referências bibliográficas

Biblioteca on-line

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. *Brasil agroecológico: Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica – Planapo: 2016-2019*. Brasília, DF: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2016. Disponível em: http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/user_img_1068/PLANAPO%202016-2019%20FINAL%20DIVULGADO%20NA%20CNATER%20%281%29.pdf

BRASIL. Ministério da Saúde. *Guia alimentar para a população brasileira*. 2 ed. Brasília: MS, 2014. Disponível em: <http://portalsaude.saude.gov.br/images/pdf/2014/novembro/05/Guia-Alimentar-para-a-pop-brasilera-Miolo-PDF-Internet.pdf>

COSTA, C., PASQUAL, M. *Participação e políticas públicas na segurança alimentar e nutricional no Brasil*. Disponível em: http://www.ideiasnamesa.unb.br/upload/bibliotecaIdeias/1394109880Participacao_e_politicas_publicas_na_SAN_no_Brasil.pdf

FGV. *Cadernos Gestão Pública e Cidadania*. São Paulo. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cgpc>

FGV. *Revista de Administração Pública*. São Paulo. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap>

Instituto Kairós. “Município de São Paulo mostra que política de estado para segurança alimentar e nutricional é possível.” São Paulo, 10/04/2016. Disponível em: <http://institutokairos.net/2016/04/municipio-de-sao-paulo-mostra-que-politica-de-estado-para-seguranca-alimentar-e-nutricional-e-possivel/>

Instituto Kairós. BADUE, A. F.; CHMIELEWSKA, D. *Controle social na alimentação escolar*. Série Caminhos para as práticas de

consumo responsável. São Paulo: Instituto Kairós, 2011. Disponível em: www.institutokairos.net/

Instituto Kairós; Capina. *Práticas de comercialização: uma proposta de formação para a economia solidária e a agricultura familiar*. São Paulo, 11/2013.

Observatório de Políticas de Segurança Alimentar e Nutrição - Universidade de Brasília. **Ideias na mesa**. Disponível em: <http://www.ideiasnamesa.unb.br/>

Plataforma de Apoio à Agricultura Orgânica no Município de São Paulo. **Boletim Informativo de 2014**. Disponível em: http://www.5elementos.org.br/site/wp-content/uploads/2014/12/Boletim_Informativo_da_Plataforma_de_Apoio_a_Agricultura_Organica_20141.pdf

TEIXEIRA, Marco Antonio. “Análise crítica do Processo de Elaboração e Implantação do Plano Diretor Participativo de Santo André (SP)”. In: *Cadernos Gestão Pública e Cidadania*, v.10, n.46 (2005). Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cgpc/article/view/44039>

Secretaria de Estado da Educação do Paraná. *Sistema Eletrônico para Chamada Pública e aquisição da agricultura familiar*. Disponível em: <http://www.fbb.org.br/tecnologiasocial/banco-de-tecnologias-sociais/pesquisar-tecnologias/detalhar-tecnologia-57.htm>

Órgãos governamentais, entidades, instituições, conselhos e movimentos

- Campanha Permanente contra os Agrotóxicos e Pela Vida: www.contraosagrototoxicos.org/
- Campanha de Promoção da Saúde do SUS: <http://promocaodasaude.saude.gov.br/>
- CAE Município de São Paulo: <http://portal.sme.>

prefeitura.sp.gov.br/Main/Page/PortalSMESP/Conselho-de-Alimentacao-Escolar

- Codae – Coordenadoria de Alimentação Escolar do Município de São Paulo: <http://portal.sme.prefeitura.sp.gov.br/Main/Page/PortalSMESP/Departamento-de-Alimentacao-Escolar>
- Comusan – Conselho Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/trabalho/abastecimento/comusan/index.php?p=26221>
- Departamento de Alimentação Escolar do Estado do Paraná: <http://www.educacao.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=46>
- FAO/ONU: <https://nacoesunidas.org/fao>
- Frente Parlamentar em defesa da produção orgânica e desenvolvimento da agroecologia
- Grupo Orgânicos para Todos: <http://institutokairos.net/2016/09/organizacoes-integrantes-do-grupo-organicos-para-todos/>
- Plataforma de Apoio à Agricultura Orgânica no Município de São Paulo: <http://aao.org.br/aao/plataforma-de-apoio.php>
- Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU: <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>
- PNAE/FNDE: www.fnde.gov.br/programas/alimentacao-escolar

Legislação

- **LEI nº 11.947, DE 16 DE JUNHO DE 2009** Conversão da Medida Provisória nº 455, de 2008. Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar e do Programa Dinheiro Direto na Escola aos alunos da educação básica; altera as Leis nºs 10.880, de 9 de junho de 2004, 11.273, de 6 de fevereiro de 2006, 11.507, de 20 de julho de 2007; revoga dispositivos

da Medida Provisória 2.178-36, de 24 de agosto de 2001, e a Lei nº 8.913, de 12 de julho de 1994; e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11947.htm

- **LEI nº 16.140, DE 17 DE MARÇO DE 2015** (Projeto de Lei nº 451/13, dos vereadores Natalini – PV, Ricardo Young – PPS, Nabil Bonduki – PT, Goulart – PSD, Dalton Silvano – PV e Toninho Vespoli – PSOL aprovado em 11/02/2015 na Câmara de Vereadores do Município de São Paulo). Dispõe sobre a obrigatoriedade de inclusão de alimentos orgânicos ou de base agroecológica na alimentação escolar no âmbito do Sistema Municipal de Ensino de São Paulo e dá outras providências. Publicada no Diário Oficial do Município de São Paulo, quarta-feira, 18 de março de 2015 Ano 60. Número 51. Disponível em: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/trabalho/DOC%2018-03-2015%20-%20202.do>
- **DECRETO 56.913, DE 5 DE ABRIL DE 2016** que Regulamenta a Lei nº 16.140, de 17 de março de 2015, que dispõe sobre obrigatoriedade de inclusão de alimentos orgânicos ou de base agroecológica na alimentação escolar no âmbito do Sistema Municipal de Ensino de São Paulo. Disponível em: <http://www.docidsp.imprensaoficial.com.br/NavegaEdicao.aspx?ClipID=095739T5IJOloe2oTDO1DQQ12A>

3.3

Construção coletiva entre sociedade civil e poder público em feiras orgânicas: o caso da Feira do Modelódromo do Ibirapuera, em São Paulo

ANA FLÁVIA BORGES BADUE
JULIANA GONÇALVES

1 | Ver o mapa on-line de feiras orgânicas organizado pelo Idec – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor: feirasorganicas.idec.org.br

Com o aumento da demanda por alimentos mais saudáveis, temos observado o surgimento de novas feiras orgânicas nas cidades¹. Andar por uma feira orgânica, ou agroecológica, com suas cores, aromas, sabores e prosas, é um prazer diferenciado para os consumidores. Nessas feiras é possível estabelecer uma educativa troca de saberes e laços de confiança entre cidadãos. Mas como

produtores e consumidores podem se unir para organizar e consolidar uma feira? Seriam as feiras de orgânicos apenas espaços de comercialização?

Uma feira de orgânicos pode partir da iniciativa de produtores e/ou consumidores organizados em espaços públicos ou privados, mobilizados por uma entidade, um grupo de pessoas, ou pode ser organizada pelo poder público. Na prática, verifica-se que as feiras mais estruturadas e perenes são aquelas que promovem algum tipo de interação entre sociedade civil organizada e poder público, através de diversos arranjos possíveis.

Este artigo apresenta o conjunto de articulações, frentes de mobilização e atividades educativas, promovidas em uma feira de

produtos orgânicos e em transição agroecológica no município de São Paulo, mostrando a possível e necessária interação entre produtores, consumidores, organizações não governamentais e gestores públicos para o fortalecimento da feira e de ações cidadãs em seu espaço.

A Feira do Modelódromo

Em 2012, foi criada a Feira Municipal de Alimentos Orgânicos e em Transição Agroecológica, situada no Centro Esportivo do Modelódromo do Ibirapuera, em São Paulo, a partir da articulação entre poder público municipal e organizações da sociedade civil². O processo participativo de organização da feira, via parceria da prefeitura com as demais organizações, durou oito meses, e daí se desdobrou uma portaria de normatização da feira. O momento era oportuno, pois a prefeitura conduzia um programa de agricultura urbana agroecológica para agricultores localizados principalmente na região do manancial da represa Guarapiranga, e buscava viabilidade econômica para essa produção, através da abertura de feiras diferenciadas, em locais que pudessem atrair o público.

2 | AAO, ANC, ABD, Kairós, Slow Food, Cooperapas: entidades do Movimento de Agroecologia, que antes realizavam feiras separadamente e se reuniram na organização da Feira do Modelódromo.

3 | Também conhecida como Feira do Ibirapuera. [facebook.com/feira.ibirapuera](https://www.facebook.com/feira.ibirapuera) Atualmente, a Feira do Modelódromo³ reúne, em suas 33 barracas, alimentos de cerca de 500 famílias que se dedicam à agricultura orgânica em São Paulo e outros municípios do estado. Ocorre semanalmente, aos sábados, e oferece grande variedade de produtos como hortaliças, frutas, cereais, laticínios, panificados, sucos, ovos, mudas, garapa com cambuci, tapioca e um saboroso café da manhã. Frequentemente são realizadas ações educativas na feira, como rodas de conversa e o já tradicional Chef na Feira (quando um chef vai dar dicas de culinária e oferecer degustação na feira, utilizando ingredientes dos produtores, como veremos mais à frente).

O exercício do controle social na Feira do Modelódromo

A expressão “controle social” pode nos remeter a uma ideia de fiscalização, mas será que é somente disso que se trata? O controle social é um mecanismo reconhecido pela Constituição Federal de 1988, para o exercício e fortalecimento da democracia representativa e participativa na formulação, gestão e controle de políticas públicas. Pode ser exercido por meio de conselhos, plebiscitos, orçamento participativo, ou diretamente pelos cidadãos, de forma individual ou organizada coletivamente. Mais do que fiscalizar, trata-se de uma prática que busca cuidar das questões de interesse comum, zelar pelo que é de todos. Cada vez mais esse mecanismo tem se consolidado, não só para

acompanhar o serviço público, mas também para monitorar coletivamente a qualidade de serviços, produtos e processos diversos. Assim, temos presenciado o empoderamento do consumidor no exercício do controle social.

4 | O produtor, quando vinculado a uma OCS cadastrada no Ministério da Agricultura ou órgão conveniado, supera a obrigatoriedade da certificação (por auditoria ou participativa), pois realiza a venda direta para o consumidor final, sem intermediários, fortalecendo a confiança e o controle social entre produtor e consumidor. A OCS, por sua vez, deve assegurar que seus participantes se comprometem a cumprir os regulamentos técnicos da produção orgânica, responsabilizando-se solidariamente nos casos de não cumprimento por algum dos membros.

[goo.gl/h\]pk5Q](https://goo.gl/h]pk5Q)

acompanhar o serviço público, mas também para monitorar coletivamente a qualidade de serviços, produtos e processos diversos. Assim, temos presenciado o empoderamento do consumidor no exercício do controle social.

O frequentador de feiras orgânicas já está habituado a conversar com produtores feirantes para se informar sobre a origem e a qualidade dos produtos. Na Feira do Modelódromo, há produtores de orgânicos com certificação (por auditoria ou sistema participativo) ou vinculados a Organizações de Controle Social (OCS)⁴, uma forma simplificada de garantia coletiva de que os produtos vendidos diretamente pelo produtor são orgânicos.

Nessa feira, alguns produtores já possuem longa prática com feiras orgânicas. Residem em grandes ou pequenas cidades de diferentes regiões do estado. Trazem experiências de vida muito distintas e são todos repentinamente colocados diante da necessidade de cooperação. Surge claramente

a necessidade da mediação de conflitos, seja de natureza econômica, seja por choques culturais. O consumidor que deseja se envolver ativamente no cuidado com a feira pode buscar exercer esse papel de agente estimulador do diálogo entre os diversos atores presentes. O consumidor responsável tem sua história de vida, personalidade, capacidade profissional e militância, podendo contribuir no processo de construção social que se faz necessário, em torno da feira. Se tiver disponibilidade, poderá ver o mundo na ótica do produtor e terá mais condição para contribuir nos momentos de conflito.

“O controle social é um mecanismo para o exercício e fortalecimento da democracia representativa e participativa na formulação, gestão e controle de políticas públicas. Pode ser exercido por meio de conselhos, plebiscitos, orçamento participativo, ou diretamente pelos cidadãos [...]”

Como vimos, a participação dos consumidores ocorre naturalmente a partir das relações sociais que vão sendo tecidas na feira, mas há instâncias que permitem uma atuação mais ativa e sistemática. Assim, para dar corpo à participação cidadã que já vinha ocorrendo de forma espontânea na Feira do Modelódromo, foi criada a comissão de gestão da feira, que é também um mecanismo de controle social.

Estimulada por representantes de ONGs que fomentaram a criação da feira, a proposta da comissão é integrar representantes de feirantes e consumidores. Não existe ainda um

movimento estruturado de consumidores da feira, mas participam representantes do Instituto Kairós, Movimento Slow Food e outros consumidores interessados. O debate sobre a representação de consumidores na comissão precisa ser aprofundado, mas um ponto fundamental parece ser a importância de serem pessoas reconhecidas e aceitas pelos produtores, de modo geral.

A organização das atividades da comissão conta com um grupo virtual que é acionado sempre que necessário e está buscando se atualizar de forma mais adequada aos produtores. Além disso, são chamadas reuniões esporádicas no fim das feiras. Na divisão de grupos de trabalho (ainda não formalizada), os membros da comissão atuam nos seguintes eixos: gestão de caixa coletivo para cobrir despesas com atividades educativas, segurança etc.; comunicação para divulgar as atividades educativas da feira, sobretudo nas redes sociais; e articulação com gestores públicos.

Houve também a organização de um grupo dedicado a refletir sobre formas de controle social para monitoramento da qualidade dos produtos, que dialogou com representantes de diferentes órgãos do poder público, responsáveis por algumas das regras e normas que precisam ser cumpridas pelos feirantes. A partir desse diálogo foi proposto um *check-list* para averiguar o cumprimento das regras: de realização de feiras orgânicas em espaços públicos; de comercialização de orgânicos; e de uso do espaço do Centro Esportivo. Há a intenção de criar formalmente um GT de controle social para o monitoramento com base nessa proposta de *check-list*, mas essa iniciativa ainda aguarda o reconhecimento formal do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Embora ainda existam muitos desafios, ficam claros os avanços de fortalecimento dos valores do movimento agroecológico e a importância da participação dos consumidores na constru-

ção desse processo, tendo como principal instrumento de ação a comissão de feira para o exercício do controle social.

Veremos a seguir outras frentes de interação na Feira do Modelódromo, como o episódio #afeirafica e as atividades educativas realizadas na feira, que contribuíram para o empoderamento dos agricultores individualmente e em grupo, com maior aceitação da comissão da feira, fortalecendo os vínculos entre os atores envolvidos em sua gestão.

Mobilização e articulação para a resistência da feira

A feira vinha ocorrendo semanalmente, porém, em meados de 2014, a Secretaria Municipal dos Esportes, sob a alegação de não haver instrumento legal que amparasse a realização da feira em centros esportivos, demandou o espaço para atividades esportivas. A essa altura a feira de orgânicos já havia se consolidado.

Iniciou-se então uma grande mobilização de produtores, consumidores, ONGs e técnicos para divulgar ao público em geral os benefícios que a feira vinha promovendo: saúde, ecogastro-nomia, educação, trabalho, cultura, convívio socioambiental e lazer, num só lugar.

Foi encaminhada uma carta ao prefeito em apoio à permanência da feira, assinada por diversas entidades e movimentos. Para demonstrar parceria junto à Secretaria de Esportes, uma programação foi oferecida na feira durante três meses com rodas de conversas sobre nutrição esportiva e alimentos orgânicos e atividades físicas e de lazer. Tais atividades contaram com o apoio de renomadas nutricionistas, chefs de cozinha e entidades.

Em síntese, o que os parceiros reivindicavam era o reconhecimento de que a feira, assim como inúmeras feiras orgânicas realizadas em diferentes regiões do país, é um espaço de encontro entre pessoas interessadas na melhoria da qualidade de

vida e que muitas delas estão dispostas a dar um passo além das questões cotidianas da vida privada, para participar de uma esfera mais ampla de interações. Buscavam o reconhecimento da feira como espaço de apoio ao pequeno produtor e ao desenvolvimento rural sustentável. A feira também vinha fomentando o cooperativismo ao abrir espaço e colaborar para tornar possível a presença da Cooperapas – Cooperativa de Agricultores Familiares de Parelheiros. As mobilizações pela permanência da feira ainda refletiam a consonância de suas práticas com aspectos do novo Plano Diretor da cidade.

Outro ponto fundamental era o fato de a feira já estar consolidada, contando com público cativo e atuante. Foi necessário mais de um ano de investimento dos produtores. Portanto, tirar a feira do local iria desorganizar o que já estava organizado e com ótimos resultados para consumidores e produtores. A partir do exemplo concreto de dificuldades da permanência da feira, percebemos que a descontinuidade dos acordos com o poder público é, muitas vezes, um risco iminente para diversas atividades da sociedade civil organizada, sobretudo quando há ocupação de espaços públicos.

A articulação política entre produtores, consumidores, ambientalistas, ONGs, técnicos e gestores públicos foi empoderando a todos, o que motivou a criação de uma campanha denominada #afeirafica. Além da lista de cerca de novecentas pessoas que assinaram o pedido de permanência da feira, foi aberta uma petição on-line que contou com a adesão de quase 5 mil pessoas. A mobilização também motivou seus apoiadores a buscar o apoio de autoridades (como o então prefeito) em diversos eventos, fotografando-as com o slogan #afeirafica, fortalecendo ainda mais os laços e a repercussão em prol da causa.

As demandas da campanha foram tão mobilizadoras que acabaram convencendo a Secretaria dos Esportes de que a feira deveria permanecer no local. A requisição para regularização

da situação da feira em espaço esportivo foi encaminhada. Para além da portaria, viu-se a necessidade de um instrumento que regularizasse a situação da feira em local gerido diretamente pela Secretaria dos Esportes. Assim, essa secretaria e a Secretaria do Trabalho e Empreendedorismo assinaram

5 | Decreto 55.434/2014:

goo.gl/x6W8ob

um decreto⁵ que permitiu não só a continuidade da feira no local, mas também a possibilidade de realização de outras feiras orgânicas, com a anuência da Secretaria dos Esportes, em centros esportivos e clubes da comunidade, na cidade. A assinatura do decreto pelo poder executivo, que possui maior atribuição, trouxe mais garantias para a feira. Contudo, o ideal e mais seguro instrumento seria uma lei regulamentadora.

Todos que participaram desse movimento reconheceram a importância da Feira do Modelódromo para a cidade e para a produção agroecológica, percebendo que é necessário encontrar alternativas que realmente nos alimentem sem prejudicar nossa saúde e nosso bem-estar. E tornar o alimento orgânico mais acessível e barato à população em feiras, grupos de consumo e outros canais de comercialização que encurtam o caminho do consumidor até o produtor tem se mostrado uma grande saída. Assim, quanto mais feiras orgânicas houver e maior for a demanda dos consumidores, maior será a possibilidade de outros agricultores tornarem-se orgânicos.

A experiência de mobilização #afeirafica mostrou o potencial de empoderamento e força da união entre produtores orgânicos, consumidores, gestores públicos e sociedade civil organizada. A iniciativa de implementação de uma feira de alimentos orgânicos pode ser do poder público, de produtores e/ou de consumidores, mas, quando todos se unem para sua construção e consolidação, ela se torna mais fortalecida. E ainda pode induzir a construção de políticas públicas para comercialização de produtos orgânicos. Ter uma política pública de apoio à realização de feiras orgânicas em

equipamentos públicos é um importante reconhecimento do direito humano à alimentação e à segurança alimentar e nutricional. E a parceria e mobilização de produtores orgânicos e consumidores possibilitam ampliar os espaços de comercialização de alimentos mais saudáveis e a um preço mais justo para ambos.

Atividades educativas para produtores e consumidores na feira

Diversas feiras agroecológicas, além da qualidade de seus alimentos, oferecem outro grande atrativo: ser um espaço educativo e colaborativo de lazer e cultura. Sobretudo as feiras que ocorrem nos fins de semana e em locais propícios para essas atividades, como parques, praças, centros culturais e outros.

Na Feira do Modelódromo, isso acontece em um cenário inspirador, cercado de muitas árvores. O caráter educativo da feira se revela naturalmente na troca de informações entre produtores, feirantes e consumidores. É o que se ouve constantemente ao andar pela feira: dicas de como usar os alimentos, receitas, histórias da origem dos alimentos, sazonalidade e relatos de como anda a produção etc. Além desse agradável ambiente educador, há também as atividades promovidas por instituições apoiadoras, que são fortes atrativos na feira.

6 | Com apoio de projeto junto à Secretaria do Verde e Meio Ambiente da cidade de São Paulo (Fema/SVMA).

O maior destaque dessas atividades educativas é o Chef na Feira, que integra ações de segurança alimentar e nutricional realizadas pelo Slow Food, Instituto Kairós⁶ e feirantes, contando com o apoio de órgãos da prefeitura⁷, além de entidades parceiras.

7 | Coordenadoria de Segurança Alimentar e Nutricional da Secretaria do Trabalho e Secretaria de Esportes do Município.

As atividades do Chef na Feira têm o objetivo de incentivar os consumidores de todas as idades a valorizar o ato de cozinhar e assim aprender receitas fáceis, acessíveis, que respeitem a sazonalidade e o aproveitamento integral dos alimentos.

O interesse dos consumidores nesse tipo de atividade é crescente. Nunca houve tantos chefs na mídia ensinando a cozinhar. Mas são raros os chefs que se preocupam com uma alimentação mais saudável, e estimulam o consumo de alimentos orgânicos. Portanto, o grande diferencial da atividade Chef na Feira, em relação aos diversos programas existentes, é que os chefs convidados utilizam alimentos orgânicos e são desafiados a elaborar pratos que difundam os princípios do novo *Guia alimentar para a população brasileira*⁸, que indica os alimentos *in natura* e minimamente processados como sendo a base da alimentação saudável. Há também a preparação de pratos que utilizam as Plantas Alimentícias Não Convencionais (Pancs)⁹, que antigamente eram consumidas e que encontramos facilmente na natureza, mas a maioria das pessoas não se dá conta da sua função alimentar. Muitas são consideradas matos espontâneos, como serralha, taioba, ora-pro-nóbis etc.

8 | *Novo Guia alimentar para a população brasileira* (Ministério da Saúde, 2014): goo.gl/BXmUrM

9 | www.matosdecomer.com.br

dam os princípios do novo *Guia alimentar para a população brasileira*⁸, que indica os alimentos *in natura* e minimamente processados como sendo a base da alimentação saudável. Há também a preparação de pratos que utilizam as Plantas Alimentícias Não Convencionais (Pancs)⁹, que antigamente eram consumidas e que encontramos facilmente na natureza, mas a maioria das pessoas não se dá conta da sua função alimentar. Muitas são consideradas matos espontâneos, como serralha, taioba, ora-pro-nóbis etc.

Em relação aos produtores, muitas vezes são convidados a participar da preparação e ajudar o chef. E complementam com orientações de cuidados para guardar os alimentos, relatos da cultura culinária de sua família etc. Ficam animados ao ver o fruto de seu trabalho sendo transformado em receitas tão saborosas, porém de simples preparo e que estão ao alcance de todos.

Essa é uma ação que pode ser realizada em qualquer feira orgânica, embora demande uma infraestrutura básica e efetivo envolvimento para organização. No caso da Feira do Modelódromo, inicialmente contava-se com exclusiva infraestrutura da prefeitura, que, posteriormente, foi assumida pelo Instituto Kairós e pelo Slow Food, contando com a prefeitura e feirantes como apoiadores. No kit básico dessa estrutura há mesas dobráveis, diversos utensílios de cozinha, minipia, liquidificador e uma tenda. Os alimentos são pagos a preço de custo com recursos do caixinha dos feirantes, com apoio igual de todos. Outro trabalho fundamental é organizar a agenda de participação

dos chefs. Uma parceria interessante pode acontecer com chefs de cozinha de restaurantes próximos do local da feira, para estimulá-los a incluir alimentos orgânicos em seus cardápios.

Essa atividade, que existe desde o início da feira, já reuniu chefs famosos da cidade e comprometidos com os princípios do Movimento Slow Food (alimento bom, limpo e justo). E foi cenário para algumas importantes celebrações, como a

10 | *Lei 16.140/2015*:

goo.gl/FbFpOZ

conquista de lei¹⁰ que obriga a inclusão progressiva de alimentos orgânicos e em transição agroecológica no município na alimentação escolar. Nessa

ocasião o maior atrativo para degustação foram os preparados com banana-verde (tanto a casca como a polpa), riquíssima em nutrientes e fibras e proveniente de cultura orgânica existente em Parelheiros, zona sul de São Paulo. O intuito desse cardápio foi demonstrar ao prefeito sugestões feitas com alimentos orgânicos adquiridos localmente e que poderiam ser implementadas para enriquecer a alimentação escolar do município. As entidades apoiadoras da feira buscam, ainda, inserir essas atividades educativas no roteiro cultural e turístico da cidade de São Paulo.

“A experiência de mobilização #afeirafica mostrou o potencial de empoderamento e força da união entre produtores orgânicos, consumidores, gestores públicos e sociedade civil organizada.”

Por dois anos seguidos, a feira também realizou o Chefinho na Feira, em comemoração ao Dia das Crianças. Em 2014, a atividade foi ampliada, e demonstrou às crianças as etapas da produção (cultivo de mudas), da comercialização (minibarraca de feira), do preparo e da degustação. As atividades contaram com a participação de alunos de escolas públicas municipais.

Outra atividade realizada é a da Roda de Conversa, com exposição de produtos, publicações educativas e manhã de autógrafa de livros. A atividade promove um bate-papo com consumidores, feirantes e um especialista sobre temas variados: alimentação saudável, orgânicos, práticas e cuidados com a saúde, educação ambiental, práticas de tecnologias socioambientais, cultura de paz, entre outros. Nutricionistas funcionais de renome, agroecologistas, ambientalistas, educadores, médicos e terapeutas voluntariamente contribuem para enriquecer as trocas de informações. Numa atividade de destaque, a Roda de Conversa se uniu ao Chef na Feira, e a chef Bela Gil preparou alimentos que haviam sido mencionados em dinâmica sobre o *Guia alimentar para a população brasileira* lançado em 2014 pelo Ministério da Saúde.

As experiências dessa feira e de tantas outras feiras orgânicas mostram que não basta oferecer produtos de qualidade, pois é cada vez mais necessário criar um ambiente educativo que promova a interação entre produtores e consumidores. Sendo este também outro grande diferencial das feiras orgânicas e o que as torna espaços cheios de significado na promoção da saúde, educação, ecogastronomia, cultura, lazer e turismo, permitindo o controle social através da participação ativa entre produtores, consumidores, representantes de organizações e poder público.

Ana Flávia Borges Badue e Juliana Gonçalves são integrantes do Instituto Kairós. Email: i.kairos@yahoo.com.br. O texto contou ainda com contribuições de Yara Carvalho e Raquel Soraggi.

Referências Bibliográficas

Boletim Repente n.29 - **Controle social das políticas públicas**. Instituto Pólis, 2008. <http://www.polis.org.br/uploads/1058/1058.pdf>

Controle social na venda direta ao consumidor de produtos orgânicos sem certificação. SDAC/Mapa, 2008. http://www.planetaorganico.com.br/arquivos/CONTROLE_SOCIAL.pdf

Coleção Olho Vivo – **Controle social**: orientações aos cidadãos para participação na gestão pública e exercício do controle social. CGU, 2012. <http://www.cgu.gov.br/Publicacoes/control-social/arquivos/controlsocial2012.pdf>

Controle social na alimentação escolar. Instituto Kairós, 2011. <http://institutokairos.net/portfolio-items/1888>

Feira limpa. Instituto Marista de Solidariedade (IMS), 2009. http://marista.edu.br/ims/?page_id=1246

Mecanismos de controle para a garantia da qualidade orgânica. Coordenação de Agroecologia/Mapa, 2008. www.aao.org.br/aao/pdfs/processo-de-certificacao/mecanismos-de-controle.pdf

Guia alimentar para a população brasileira. Ministério da Saúde, 2014. http://189.28.128.100/dab/docs/portaldab/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira.pdf

Parceria entre consumidores e produtores na organização de feiras. Instituto Kairós, 2011. <http://institutokairos.net/portfolio-items/parceria-entre-consumidores-e-produtores-na-organizacao-de-feiras/>

Produtos orgânicos: sistemas participativos de garantia. SDAC/Mapa, 2008. http://www.ideiasnamesa.unb.br/upload/bibliotecaIdeias/1392112174produtos_organicos_sistemas_participativos_biblioteca.pdf



Mobilização social nas redes, ruas e campos

Nesta parte, trataremos de diferentes formas de mobilização social, provocadas pelos questionamentos e reflexões acerca do consumo, entendendo como este extrapola as relações comerciais. São experiências de consumidores-cidadãos-ativistas em diversos contextos, que buscam construir suas atuações no tema de maneira mais ampla, desenvolvendo reflexões sobre as fronteiras entre o urbano e o rural nas cidades e as possibilidades de interação no universo digital.

Essas experiências e reflexões são trazidas nos artigos a seguir. Falamos sobre as diversas agriculturas existentes na cidade de São Paulo e o entrelaçamento

entre urbano e rural que acontece de maneiras distintas nas regiões leste e sul da cidade. Será apresentada também a experiência da articulação local do Movimento Urbano de Agroecologia (MUDA-SP), também na cidade de São Paulo. Suas atividades mobilizadoras, como o Boraplantar, o Disco Xepa e o Cidades Comestíveis, estimulam relações mais humanas e conectadas à natureza dentro da cidade. Por último, abordamos a internet como instrumento para mobilização social, trazendo um panorama sobre o desafio da democratização do seu acesso no Brasil, com foco no movimento de economia solidária e da agroecologia.

4.1

Paisagens agrícolas da cidade de São Paulo

REGIANE NIGRO

LIDUÍNA LINS

A cidade produz alimento. A informação é de difícil apreensão na cidade dos serviços e indústrias. No entanto, do ponto de vista do moderno planejamento urbano, a agricultura é uma estratégia de promoção de serviços ecossistêmicos para produção de água, regulação da temperatura, aumento das áreas verdes, educação ambiental e segurança alimentar.

A segurança alimentar por meio do autoconsumo, a geração de trabalho e renda e a proteção ambiental são pontos fundamentais para ancorar o fomento à agricultura urbana como política pública. Em muitos países o chamamento ao plantio massivo de alimentos nas cidades correspondeu a períodos de limitações no abastecimento regular para depois se estabelecer como parte da cultura geral. Na Inglaterra, a campanha *Dig for Victory* (cavando pela vitória, em tradução livre) estimulava a população a plantar alimentos nas cidades durante a Segunda Guerra Mundial. Em Cuba, dado o embargo econômico que aumentou muito o custo do transporte, tornou-se fundamental plantar nas cidades e desenvolver um sistema de apoio ao agricultor com a garantia da terra em troca de seus serviços. Atualmente, a FAO (Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação) salienta o papel da agricultura urbana como fundamental para

promover a segurança alimentar, renda e ambiente mais resiliente em seu programa *Greener Cities*¹ (cidades mais verdes, em tradução livre).

¹ | Greener Cities -
[fao.org/ag/agp/greencities/index_en.html](https://www.fao.org/ag/agp/greencities/index_en.html)

Em São Paulo, na disputa pela ocupação do solo, a delimitação da zona rural pelo atual Plano Diretor Estratégico (PDE) visa conter o adensamento populacional em áreas verdes remanescentes da Mata Atlântica. É através da agricultura e dos serviços a ela associados que se busca dar sustentação econômica às funções rurais do território, o que auxilia a proteção dos mananciais.

“[...] do ponto de vista do moderno planejamento urbano, a agricultura é uma estratégia de promoção de serviços ecossistêmicos para produção de água, regulação da temperatura, aumento das áreas verdes, educação ambiental e segurança alimentar.”

Há também a agricultura praticada em regiões altamente urbanizadas e degradadas, vista como ferramenta de regeneração ambiental, de reconstituição de laços sociais e abastecimento local, que tem sido cada vez mais exercida por coletivos urbanos que buscam recuperar a função social e cultural do espaço urbano em praças e terrenos baldios.

O crescimento da mancha urbana na cidade de São Paulo se fez sobre chácaras, pequenos sítios e fazendas, as primeiras estradas de boi viraram avenidas, rios foram retificados e suas margens ocupadas, e assim quase todo solo urbano foi impermeabilizado, escondendo cerca de 3 mil quilômetros de rios sob prédios, ruas e avenidas.

A agricultura urbana em São Paulo se manteve pela persistência, contra todas as condições que a especulação imobiliária impõe. Parte da ancestralidade rural e posse da terra por fa-

mílias de imigrantes, estimuladas a estabelecer comunidades no extremo sul e no extremo leste e a produzir no começo do século XX. Já a migração que no sentido campo-cidade se fez sem posse de terra, encontrou pequenos espaços a partir dos quintais para retornar à história camponesa, produzindo pequenos oásis de áreas rurais na cidade.

2 | Censo Agropecuário, IBGE, 2006 goo.gl/PEonar

Em São Paulo existem oficialmente cerca de 420 agricultores profissionais. Embora o dado do censo rural de 2006² possa estar defasado, o número pequeno de agricultores revela a deterioração das práticas agrícolas históricas, que hoje são realizadas majoritariamente nas regiões periféricas da cidade.

Cerca de 50 quilômetros e diferença de 10 graus Celsius de temperatura média separam o extremo sul da cidade da zona leste. Parelheiros tem temperatura média superficial de 25 graus, consequência da maior cobertura vegetal por habitante, enquanto São Mateus (na zona leste) convive com 30 graus em média e a segunda menor cobertura vegetal da cidade³.

3 | Tabela de cobertura vegetal por distrito infocidade.prefeitura.sp.gov.br/htmls/2_cobertura_vegetal_1999_60.html

O extremo sul do município de São Paulo se caracteriza pela presença exuberante da Mata Atlântica. Nela se encontram as Áreas de Proteção Ambiental (APAs) Bororé-Colônia e Capivari-Monos e as represas Billings e Guarapiranga, que são responsáveis por mais de 30% do abastecimento de água para a população da cidade.

Pela zona leste, o rio Tietê entra na cidade recebendo ainda hoje esgoto não tratado pela empresa de saneamento básico. Grandes enchentes são comuns na parte paulistana da Bacia do Alto Tietê, atingindo os bairros que ocupam sua margem. O rio Aricanduva, um dos principais afluentes, começa a receber esgoto a poucos metros da sua nascente e segue canalizado pela avenida que leva seu nome, quase invisível, a não ser em épocas de chuvas e enchentes.

A paisagem do extremo sul nos faz imaginar o passado, em que boa parte da área da cidade era coberta pela mesma Mata Atlântica. Já a paisagem do extremo leste é uma lição de como o desenvolvimento urbano, liderado pelo capital industrial e pela especulação imobiliária que deslocou grandes contingentes para a área, produziu um ambiente inóspito, com poucas possibilidades de lazer em áreas verdes.

Em quase tudo diferentes, Parelheiros e São Mateus têm IDH entre os piores da cidade, sendo Parelheiros responsável pela última posição no ranking, devido à falta de serviços públicos mais básicos que atendam sua pequena, mas crescente, população.

Extremo sul, a agricultura persiste

Parelheiros, região no extremo sul da cidade de São Paulo, apesar do recente aumento da população e intensa pressão pela ocupação desordenada, mantém características rurais. É uma área historicamente dedicada à agricultura, principalmente praticada por imigrantes, alemães e japoneses que a partir de 1927 contaram com incentivos para fixar uma colônia a 50 quilômetros do centro da cidade. Mais tarde, migrantes nordestinos e outros fluxos internos da cidade trouxeram outros trabalhadores rurais para a área.

A região, marcada pela presença da Mata Atlântica, mantém característica eminentemente rural, com a presença de sítios e chácaras de recreio ou produção agrícola, entremeados por pequenos bairros dentro e fora das Áreas de Proteção Ambiental, com pouco acesso aos serviços essenciais como água encanada, sistema de coleta de lixo, transporte e tratamento de esgoto. Os distritos de Parelheiros e, ao lado, Marsilac apresentam o menor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) da cidade.

A situação fundiária é precária. Os agricultores raramente têm posse legal da terra, seja pelo emaranhado de leis de proteção

que impedem sua oficialização, seja por sua condição econômica, no mais das vezes são arrendatários e posseiros da terra. Mesmo a população Guarani até hoje não teve suas terras completamente demarcadas⁴.

4 | Guaranis e demarcação de terra em São Paulo

goo.gl/YmzxMN

5 | Impasse sobre aeroporto em Parelheiros “trava” plano de Haddad para zona norte:

migre.me/gsgzA

A pressão imobiliária, característica da expansão da malha urbana, vem tomando espaço na região. Crescem as habitações irregulares com grilagem, invasões e loteamentos de áreas protegidas por condomínios de classe alta ou moradias populares. Mais recentemente, o projeto da construção de um aeródromo⁵ para jatos particulares em Parelheiros e a construção de uma estrada de ligação com o litoral ameaçam intensificar mais ainda o desgaste ambiental e adensar a região.

Para conter situações como essa e ao mesmo tempo propor atividades econômicas compatíveis com a conservação, o Plano Diretor Estratégico (PDE) de 2014, que orienta o crescimento da cidade pelos próximos 16 anos, demarca nesta área a sua zona rural, correspondendo a 25% do território da cidade. No PDE, prevê-se a ocupação desta área com múltiplas funções, como “produção do alimento, da água do abastecimento, da manutenção da biodiversidade e de serviços ambientais, da localização de unidades de conservação, mas também a área do lazer, do ecoturismo, agroecologia e produção orgânica e da geração de empregos”.

O manejo convencional da produção agrícola (com uso de defensivos e fertilizantes químicos industrializados) é a técnica empregada pela maioria dos agricultores, o que piora a qualidade da água infiltrada no solo. A agroecologia é, portanto, peça-chave para que a região encontre sustentação ambiental e econômica e cumpra papel de proteção dos mananciais. A condição para que a agricultura urbana preste serviços ambientais é a aplicação das melhores técnicas de manejo do solo e da água, e seu principal ator, o agricultor, deve ser valorizado economicamente e politicamente para

converter o cultivo “convencional” em técnicas agroecológicas, e portanto garantir a qualidade dos mananciais da região.

Em 2011, com o empenho de agricultores, servidores públicos, membros de ONGs e entidades locais, funda-se em Parelheiros a Cooperativa Agroecológica dos Produtores Rurais de Água Limpa – Cooperapas, com a finalidade de organizar a produção orgânica local. Como parte desse processo, o Instituto Kairós tem atuado na região, fortalecendo a auto-organização dos agricultores, buscando caminhos para a certificação, o escoamento da produção e a assistência técnica. Em 2013, foi criada a primeira Organização de Controle Social (OCS) de São Paulo, como forma de certificar a produção orgânica para venda direta, conforme a legislação. Assim, surgiram os primeiros agricultores orgânicos reconhecidos por sistema participativo na cidade. A cooperativa hoje consegue comercializar a produção coletivamente e investe em logística e formação para melhorar o apoio prestado aos cooperados.

“Há também a agricultura praticada em regiões altamente urbanizadas e degradadas, vista como ferramenta de regeneração ambiental, de reconstituição de laços sociais e abastecimento local, [...]”

No entanto, o bom exemplo trazido pela cooperativa ainda não atinge a maior parte dos agricultores. O processo de convencimento e atualização de técnicas é necessário como política de redução de danos para diminuir o uso de agrotóxicos entre os que não adotam a agroecologia. É durante o período de transição da agricultura convencional para a orgânica que se precisa de maior acompanhamento e apoio. Assim, a assistência técnica e extensão rural (Ater) é necessidade premente da região, que já conta com uma Casa de Agricultura Ecológica, equipamento

da prefeitura municipal de São Paulo, que deve ter papel reforçado por recursos públicos e parcerias não só para orientações agronômicas e fundiárias como para o escoamento da produção através de compras públicas e políticas de abastecimento.

Extremo leste, o rural adentra o urbano

Com poucas propriedades rurais ainda resistentes em suas bordas, a zona leste reúne 3,6 milhões de habitantes em bairros com históricos bastante diversos. Aldeamentos criados a partir da presença indígena dos Guaianases, e de aldeamentos jesuítas no atual São Miguel Paulista, que tiveram crescimento pela instalação de indústrias e a migração de trabalhadores nordestinos para operá-las. Itaquera, distrito do extremo leste, já fez parte do que se considera cinturão verde da cidade. Lá, imigrantes japoneses estabeleceram a fruticultura, principalmente do pêssego, por volta da década de 1930, fato lembrado pela nomeação da avenida Jacu-Pêssego e ainda hoje pela celebração da Festa da Cerejeira no Parque do Carmo.

A paisagem é tipicamente urbana, bastante adensada e com baixa cobertura vegetal na maioria dos bairros. Uma visão do mapa da zona leste permite distinguir como área verde apenas o Parque do Carmo, constituído por um parque natural, um urbano e uma área de proteção ambiental, alguns pequenos parques e áreas na divisa da cidade consideradas rurais.

Contra toda imposição da vida urbana, os cultivos ao longo das várzeas motivou técnicos da prefeitura a buscar a concessão de terra ao longo de linhas de servidão das companhias de energia e de adutoras de água e petróleo. A relocação de cultivos para áreas maiores (com cerca de 3 mil m²), abaixo de um linhão de energia, permitiu que surgisse um agricultor urbano que cultiva para o autoconsumo e produz excedente absorvido pela própria vizinhança. O espaço antes inservível encontra sua função social, econômica e ambiental.

Em 2009, para estimular o autoconsumo e organizar os agricultores, foi criada a Associação de Produtores Orgânicos de São Mateus, hoje denominada Associação de Agricultores da Zona Leste (AAZL), já que abrange também hortas nos bairros de São Miguel Paulista, Cidade Tiradentes e Guaianases. Além de abrigar agricultores em transição, cada associado tem liberdade para implantar seu sistema de horta desde que utilize técnicas agroecológicas no cultivo. Os agricultores familiares urbanos da zona leste realizam a venda na própria horta, num sistema “colhe-paga”, de modo que as verduras estão sempre frescas, não há gasto com transporte, os alimentos são cultivados com práticas agroecológicas e mais baratos.

Do ponto de vista ambiental, as hortas urbanas na zona leste são pequenos oásis em meio ao cinza, permitem que a água se infiltre no solo e que os espaços ocupados que seriam usados como local de despejo de entulho e de atividades ilícitas tenham função produtiva, aumentando a segurança nos locais em que se instalam.

Apesar de pequena em escala, a produção é significativa para os agricultores que complementam ou vivem exclusivamente da renda gerada nas hortas. A Feira Semanal de Agricultores do Parque do Carmo, ocupada basicamente pela AAZL, dá a dimensão da produção principalmente de verduras e legumes.

Como associação, os agricultores buscam auxílio mútuo para melhorar as técnicas empregadas no cultivo, buscar mercados adequados à sua escala de produção e benefícios coletivos advindos de políticas públicas, sendo uma referência local importante para pessoas que buscam terra para cultivar ou que oferecem mão de obra para o trabalho nas hortas.

Há muitos lotes de terra ainda não aproveitados na região, o acesso a eles com segurança física e jurídica é o principal anseio dos agricultores. Inserida na cidade, a agricultura sofre com

pequenos roubos da produção, sendo necessário o cercamento, que em geral deve ser feito pelo proprietário do terreno. Em seguida, a retirada de entulho é outro ponto de preocupação, já que é um trabalho bastante pesado e adequado a tratores pouco disponíveis. A assistência técnica para produção e a comercialização são também preocupações dos agricultores organizados.

A organização dos agricultores e o consumo responsável

O papel das organizações de agricultores, sejam elas cooperativas ou associações, não só oferece apoio mútuo na orientação à agroecologia, como contribui para o aumento de escala e otimização dos custos de venda. Para que o agricultor tenha mais tempo dedicado à terra, as organizações devem se encarregar de exercer o papel na comercialização do excedente não comercializado localmente, na administração de recursos externos, como insumos e equipamentos, e na representação política.

Criado em 2016, o Conselho de Desenvolvimento Rural Sustentável de São Paulo buscará cumprir esse papel de forma geral para a cidade, abarcando também a agricultura amadora praticada por coletivos e pautas da segurança alimentar e nutricional.

Um exemplo de política a ser desenvolvida é a do fomento à compostagem, que tende a crescer nos próximos anos. Sabendo-se que a parte orgânica do lixo domiciliar corresponde a 50% do seu peso, é possível aumentar o tempo de vida de aterros sanitários ao se reinserirem os resíduos orgânicos no ciclo do solo, ponto em que os agricultores urbanos terão papel fundamental.

A mesma articulação é necessária para garantir a participação de pequenos produtores no fornecimento para alimentação escolar, ou para o uso de equipamentos como tratores adquiridos pela prefeitura e principalmente para cessão de terrenos cultiváveis públicos e particulares ou considerados inservíveis à edificação.

Com relação à comercialização, com a crescente demanda por alimentos orgânicos, falta articulação com mercados e estruturas para a venda. Do ponto de vista do agricultor e suas organizações, será sempre melhor que a venda seja garantida, ou seja, sem as perdas que ocorrem nas feiras. Para melhorar a renda dos agricultores, é possível instalar mínimas estruturas de entrepostos e agroindústria artesanal que beneficiariam os alimentos coletivamente e ampliariam sua inserção na cadeia produtiva.

Com tantos benefícios, as hortas urbanas se multiplicarão se houver acesso à terra. Mesmo que por tempo limitado, boa parte dos terrenos que conhecemos como baldios poderia ser ocupada por agricultores, por hortas comunitárias ou atividades agroecológicas, e passar a responder por uma parte do abastecimento local de alimentos, gerando renda que garanta o sustento de serviços ambientais importantes, como a permeabilização do solo e a preservação da biodiversidade.

Na cidade, que prescindiu de seu ambiente natural e se coloca como grande consumidora de recursos de seu entorno, há uma população pouco educada sobre os meios de produção e os recursos necessários para seu sustento. É possível e necessário produzir em solo urbano. Seja como estratégia de ocupação do espaço, geração de trabalho e renda ou de abastecimento, o fato de a cidade produzir revela o estado de seu solo e a forma como se produziu o ambiente urbano, com suas excessivas regulações e afastamento da natureza. A reconstituição da relação urbano-rural renasce na cidade que produz.

Regiane Nigro Integrante do Instituto Kairós. E-mail: reginigro@gmail.com. O texto contou com contribuições de Arpad Spalding.

Liduína Lins Colaboradora. E-mail: liduinalins@gmail.com.

4.2

Articulação local e os novos paradigmas nas cidades:

a experiência do MUDA – Movimento Urbano de Agroecologia em São Paulo

SUSANA PRIZENDT

VINICIUS NASCIMENTO

A urbanização no Brasil ocorreu de forma bastante rápida e desordenada. Se na década de 60 éramos um país predominantemente agrícola, em 2010 a população urbana já representava 84,4%. Conforme O'Reilly², atualmente, os centros urbanos são reconhecidos pela cultura do consumismo e do desperdício, caracterizando-se como aglomerações marcadas por fragmentação, poluição e degradação ambiental.

1 | brasil.gov.br/economia-e-emprego/2011/04/total-de-habitantes-das-areas-urbanas-cresce-e-chega-a-84-4-em-2010

2 | O'REILLY, E. M. *Agricultura Urbana – Um Estudo de Caso do Projeto Hortas Cariocas em Manguinhos, Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: 2014. monografias.poli.ufrj.br/monografias/monopoli10009377.pdf

Constatamos a demanda nas cidades por atividades que estimulem relações sustentáveis nas dimensões econômica, social e ambiental e de práticas que possibilitem relações democráticas e participativas. Percebemos que há uma busca crescente, por parte das pessoas que vivem nas grandes metrópoles, de uma vida menos estressante e próxima da natureza. Buscam na cidade uma maneira mais humana, solidária e justa de viver. Para isso, é necessário engajamento crítico e social, que muitas vezes se depara com dificuldades quando ocorre sozinho. Por isso a importância de formação de coletivos, movimentos e redes por parte da sociedade civil que, entre outras ações,

pautem políticas públicas como forma de empoderamento social e de democracia participativa.

Diante dessas demandas da sociedade, surgiu o Movimento Urbano de Agroecologia – MUDA (palavra que simboliza ao mesmo tempo uma “planta a ser semeada” e o processo de “mudança”), como um movimento que busca, por meio de iniciativas, projetos e políticas públicas, uma nova maneira de viver e de se relacionar com a natureza na cidade de São Paulo.

O movimento, formado por indivíduos, coletivos e entidades preocupados com as questões ambientais, orienta sua atuação com foco na criação de uma cidade mais verde, na reconexão dos seres humanos com os ciclos naturais, na valorização do agricultor familiar e na construção de cadeias produtivas mais justas e solidárias. Atua para integrar todos que compartilham desse desejo de boas mudanças para promover harmonia e qualidade de vida de uma maneira agradável, sensível e criativa. Em vez de consumo de massa, competição e individualismo, o MUDA propõe o desenvolvimento de espaços de convívio solidário, tendo como base as vivências agroecológicas, capazes de gerar equilíbrio entre os habitantes de diferentes comunidades e entre os seres humanos e os demais elementos da natureza, proporcionando um futuro sustentável para nós e as gerações que virão.

O tema da alimentação é um dos que mais refletem a tendência de mudanças na relação campo-cidade, com a valorização de produtos da agricultura familiar, orgânica e regional, o envolvimento mais amplo com o universo culinário adotando critérios sobre a origem e o modo de produção dos alimentos, além da crescente preocupação com os efeitos da produção convencional (com uso de agrotóxicos) para a saúde da população.

Ao mesmo tempo, é necessário a sociedade dar passos certos para sanear alguns problemas gerados pela urbanização.

Vivemos em uma cidade gigantesca, em que os habitantes são bombardeados com publicidade, conteúdos violentos, estímulos ao egoísmo e ao consumo e onde as referências naturais, sobretudo em relação à origem dos alimentos, estão muito enfraquecidas. Restaurar esse cenário, resgatando as pessoas desse cotidiano estafante para levá-las a vivenciar o tempo necessário para semear uma planta, preparar uma receita ou visitar um produtor orgânico local não é um desafio pequeno!

A atuação do movimento visa a aliar a agroecologia, tema surgido no mundo rural, às demandas urbanas de regeneração socioambiental, colocando-se, assim, um desafio conceitual inovador baseado na sua experiência de atuação: Como transformar nossas consumidoras cidades em locais produtivos de alimentos saudáveis? Como temas afeitos às grandes cidades, típicos da cultura consumista, como os desafios da mobilidade, a violência urbana, a geração de resíduos, se relacionam com a atividade de plantio? Como a implantação da agricultura urbana transforma relações sociais? Como combater a incrível força da publicidade e a falta de acesso aos meios de comunicação para sair de um circuito pequeno de ativistas da causa e ganhar a sociedade e promover transformações em escala maior? Como combinar práticas ativistas de recuperação do espaço público com a prática de governos e da política de ocupação do solo na cidade?

São desafios que partem da prática e vão encontrando caminhos através de iniciativas apoiadas pelo grupo que compõe o MUDA, num movimento de cocriação e articulação de redes contínuas.

Numa breve retrospectiva: a primeira reunião de articulação que deu início ao processo de formação do MUDA começou a brotar em 2009, impulsionada por um grupo de pessoas que sentiram que havia surgido o momento propício para o desenvolvimento de uma ação que integrasse iniciativas que já despontavam na época, como grupos de consumo responsável e

mutirões de plantio. Mas o movimento foi sendo amadurecido lentamente, ganhando corpo ao longo dos anos, com o envolvimento gradual de novos atores. Em 2013, o movimento brotou com mais intensidade, a partir da soma de outras sementes que estavam sendo cultivadas por grupos parceiros. Formou-se uma equipe mais determinada a fazê-lo crescer com vigor, e as reuniões de trabalho passaram a ser mais frequentes, dando ritmo mais intenso ao processo de amadurecimento. Desse modo, o MUDA foi lançado ao grande público em outubro de

3 | centrocultural.sp.gov.br

2013, em um encontro de quatro dias no Centro Cultural São Paulo³. Nesse encontro foram realizadas atividades como: oficinas de culinária, de plantio em espaços urbanos e domésticos, de compostagem e de ervas medicinais; um mutirão na horta que existe no espaço; uma homenagem aos agricultores; e um seminário com palestras sobre solo, cultivo e nutrição.

No início de 2014, houve um novo impulso ao desenvolvimento do MUDA, com o site www.muda.org.br, oferecendo um mapa do município de São Paulo para que as pessoas pudessem localizar as hortas comunitárias, as feiras orgânicas e os grupos de consumo, além de outras iniciativas do setor. No site, também é possível assistir aos vídeos especiais do MUDA, que foram produzidos para divulgar as bases da agroecologia urbana, como a websérie sobre agricultura urbana

4 | [youtube.com/watch?v=ZdMol_f9Cqo](https://www.youtube.com/watch?v=ZdMol_f9Cqo)

e periurbana⁴, além de conferir uma agenda das atividades relacionadas ao tema e tomar conhecimento das notícias do setor.

5 | boraplantar.wix.com/

[boraplantar](http://boraplantar.wix.com/)

e/ou [facebook.com/](https://www.facebook.com/boraplantar)

[boraplantar](https://www.facebook.com/boraplantar)

Desde o fim de 2014, o MUDA, juntamente com o Instituto Kairós, tem realizado o #BoraPlantar⁵, um projeto de mutirão de plantio para recuperação das matas ciliares às margens de rios, represas e nascentes, Áreas de Proteção Permanente, em propriedades de agricultores familiares orgânicos na região sul da cidade de São Paulo. Um dos ob-

jetivos é demonstrar que, para o enfrentamento da crise hídrica, que assolou São Paulo nos últimos anos e que afetará consequentemente a produção de alimentos e geração de energia, não adianta só economizar água, mas partir para ações eficazes que possam conservar e produzir água. A prática de mutirões para o plantio de árvores e de hortas envolvendo a população urbana tem sido uma estratégia adotada em muitos países, que em momentos de emergência social chamam a população para realizar ações de regeneração ambiental. Essa é também uma prática agroecológica que busca aumentar a permeabilidade do solo, reduzir o assoreamento e elevar o nível do lençol freático para aumentar a conservação e a produção de água.

“Constatamos a demanda nas cidades por atividades que estimulem relações sustentáveis nas dimensões econômica, social e ambiental e de práticas que possibilitem relações [...]”

Os mutirões do Bora Plantar têm sido realizados em Parelheiros, distrito rural do extremo sul da cidade de São Paulo. O local foi escolhido como forma de entender o movimento organizado que atua para manter as características rurais recém-reconhecidas no Plano Diretor da cidade, e assim proteger grandes mananciais urbanos, as represas Guarapiranga e Billings, da crescente pressão imobiliária, e também para aproximar o “cidadão urbano” do agricultor de São Paulo. Além disso, os participantes, através da proposta de “mão na massa”, conhecem melhor o cotidiano de um produtor agrícola e seus desafios.

O movimento também tem realizado outras ações específicas, que visam a trabalhar com os temas relacionados à agricultu-

6 | cidadescomestiveis.org ra urbana. O projeto Cidades Comestíveis⁶ visa a mapear e ampliar o número de hortas urbanas em São Paulo por meio de uma plataforma interativa e aberta (*opensource*) e um aplicativo para celular, conectando áreas ociosas da cidade (públicas ou privadas) com possíveis interessados em cultivar hortaliças, temperos ou ervas medicinais. O sistema on-line é uma ferramenta para agregar pessoas e recursos – como troca de sementes, mudas, ferramentas, biofertilizantes, composto e conhecimento –, voltados ao crescente movimento de recuperação de espaços urbanos por meio das hortas comunitárias, que tem se mostrado importante prática de reconstituição de laços sociais tão violentados no ritmo de vida urbano. Além disso, o projeto Cidades Comestíveis promoveu um curso sobre Ativismo e Políticas Públicas para Agricultura Urbana, que capacitou pessoas interessadas em hortas urbanas para atuarem politicamente na criação de uma política pública adequada para a agricultura urbana em São Paulo.

7 | [facebook.com/discoxepa](https://www.facebook.com/discoxepa) e/ou comocomo.eco.br Outra atividade que o MUDA apoia é o Festival Disco Xepa⁷, evento criado pelo Movimento Slow Food que acontece em diversas regiões do mundo. O evento musical procura produzir pratos saborosos a partir de alimentos considerados sem valor comercial e que por isso seriam descartados. A experiência começa na feira (ou local em que houver desperdício), onde são coletados alimentos, passando pela cozinha, na qual são feitos os pratos de forma coletiva até a degustação. Desta forma, procura-se sensibilizar o público em geral sobre o desperdício de resíduos alimentares, apresentando meios simples e dinâmicos de fomentar o consumo responsável no âmbito alimentar e o resgate da cultura alimentar e do ato de cozinhar.

Atualmente, o MUDA é um dos organizadores e responsável por outras atividades, como a feira orgânica que ocorre no shopping Villa Lobos e o Espaço Agroecológico nos congressos anuais de Nutrição Funcional.

No âmbito da política pública, há uma grande dedicação junto aos poderes Executivo e Legislativo municipais para o fomento de políticas públicas relacionadas à agricultura familiar, urbana

e agroecológica em sintonia com outras organizações sociais⁸. Uma conquista a ser destacada foi a aprovação recente da Lei Municipal 16.140/2015⁹, que trata da obrigatoriedade da inclusão progressiva dos alimentos orgânicos na alimentação escolar da rede municipal de ensino em São Paulo.

Em comum, todas essas iniciativas têm como base a preocupação socioambiental e a celebração da vida, espalhando as sementes da MUDANÇA para todos os públicos, de forma que cada pessoa perceba que pode se envolver em algum grau com atividades de cultivo urbano, de consumo responsável, do uso e do convívio nos espaços públicos, de troca de sementes, receitas, saberes.

Assim manifestam o potencial que têm para criar uma sociedade mais saudável, justa e responsável.

No longo prazo, o MUDA busca colaborar para que exista a transformação do espaço urbano e da forma de vivermos dentro dele, para que a vida se manifeste com toda sua intensidade, harmonizando as relações entre as pessoas e os processos da natureza, inundando as casas, praças e ruas de plantas e árvores produtoras de alimento, fomentando a construção de teias solidárias de produção, consumo e vivência. Para isso, trabalha continuamente, sensibilizando cada vez mais pessoas, coletivos e instituições para que se juntem a seus integrantes nessa caminhada, de modo a unir todos os que já atuam com esse intuito em uma grande rede colaborativa, até porque, como Gadotti¹⁰ e Mello & Novais¹¹ afirmam: “Não é só de

8 | *Campanha Permanente Contra os Agrotóxicos e Pela Vida, a Associação de Agricultura Orgânica – AAO, o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – Idec, o Sindicato dos Especialistas de Educação do Ensino Público Municipal de São Paulo – Sinesp e o Instituto Kairós.*

9 | goo.gl/vueRjU

10 | GADOTTI, M. *Economia Solidária como práxis pedagógica*. São Paulo: Editora e Livraria Instituto Paulo Freire, 2009. v.1.

11 | MELLO, J. M. C.; NOVAIS, F. A. *Capitalismo tardio e sociabilidade moderna*. In: Shwarcz, Lilia Moritz (org.). *História da vida privada no Brasil*. São Paulo: Cia. Das Letras, 1998. v. 4.

comida que todos os seres humanos precisam. Precisamos de dignidade, de poder para decidir sobre a sua existência, precisamos de cultura, conhecimentos, saberes, tecnologias”.

Susana Prizendt e Vinicius Nascimento são integrantes do MUDASP. Site: <http://muda.org.br>. O texto contou ainda com contribuições de Regiane Nigro, André Biazotti e Debora Benedetti.

4.3

Os desafios da democratização da informação e da internet para as iniciativas solidárias e agroecológicas¹

LIGIA BENSADON

THAIS MASCARENHAS

¹ | Este texto foi escrito no início de 2015 e, dessa forma, alguns dados podem estar desatualizados. Foram feitas apenas pequenas atualizações para sua publicação.

Olhando para os desafios tecnológicos da democratização da informação e do acesso à internet para quem atua na economia solidária e na agroecologia, vemos que, ainda que haja avanços tecnológicos galopantes, que superam velocidade, armazenamento e conectividade, mantém-se como abissal a desigualdade de acesso

à internet, com grandes parcelas da população acumulando exclusões, reproduzindo a sombra do desenvolvimento do capital. Nesse sentido, a partir de uma visão geral do acesso à internet no país, com dados sobre o perfil da conexão e dos usuários, será abordada a realidade das iniciativas da economia solidária, com seus inúmeros desafios nos campos da comunicação e da conectividade. As relações das práticas solidárias e agroecológicas com as tecnologias digitais trazem questões complexas para reflexão que serão ilustradas pelos casos do *Cirandas.net* e do Portal do Consumo Responsável e do aplicativo Resposta, plataformas virtuais que buscam a inclusão digital e a participação dos integrantes dos movimentos sociais e da sociedade, articulando produção e consumo pela internet e buscando construir redes e conexões virtuais que fortaleçam trocas reais.

A realidade do acesso à internet e à informação no Brasil para as camadas populares e sua relação com a economia solidária

A internet vem ganhando crescente importância nas relações sociais, políticas e econômicas, seja para “mudanças no mundo do trabalho, nas comunicações interpessoais e nos processos educacionais formais e informais, contribuindo para reconfigurações nas relações sociais, nos sistemas políticos, nos sistemas de valores e nas subjetividades”, sendo um “dos principais meios de acesso à informação e de socialização das criações imateriais” (FONSECA & MACHADO, 2013, p. 55), permitindo rápidas decisões e conectando espaços antes limitados pelas fronteiras físicas.

A relação espaço e tempo, bem como as de poder ganham novas configurações, e levantam também a importância das redes virtuais na contrainformação e para a veiculação de outras informações e interpretações, dado o monopólio da grande mídia no país, cuja concentração é vergonhosa, com poucos grupos e famílias que dominam não apenas canais de televisão, mas jornais, rádios e portais na internet, além das verbas no setor, o que prejudica a democracia e a pluralidade na comunicação. Essa ampliação do fluxo de informações também é importante para conscientizar sobre as crescentes mudanças ambientais geradas pelo modo de vida humano dos últimos séculos, cujo esgotamento dos recursos, como a água potável e as florestas

nativas, sinaliza cada vez mais a inviabilidade da concentração urbana, do consumo de massa, da geração de resíduos e das contaminações.

Segundo pesquisa realizada em 2013 e divulgada pelo Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (Cetic.br), o Brasil alcançou a faixa de mais da metade da população² com acesso à internet, além do aumento exponencial no uso de celulares para conexão com a rede (utilizada

por 31% dos acessos à internet) e a multiplicação de equipamentos portáteis, como notebooks e tablets. No entanto, o estudo destaca que persistem as disparidades sociais e regionais que são obstáculos para uma inclusão digital mais profunda e a otimização da comunicação no país.

Nas classes A e B, a proporção de casas com acesso à internet é de 98% e 80%, respectivamente, na classe C é de apenas 39%. Já nas classes D e E, o uso da rede é de só 8%. No aspecto rural, a desigualdade também é grande: nas áreas urbanas, a proporção de lares conectados é de 48%, enquanto nas rurais chega apenas a 15%. As regiões Norte e Nordeste permanecem como as menos conectadas, com uma proporção respectiva de 26% e 30% de lares com acesso à rede. Por outro lado, na região Sudeste, a internet alcança 51% das residências.

Em relação ao perfil dos usuários, os jovens continuam a ser os mais conectados: 75%, entre os brasileiros de 10 a 15 anos; 77%, entre os de 16 a 24; e 66%, entre os de 25 a 34 anos. Já entre os indivíduos na faixa de 35 a 44 anos, 47% fazem uso da rede. E, apesar de a parcela de usuários acima de 45 anos continuar a crescer, saltando de 39% do segmento em 2012, para 44% em 2013, essa é a faixa etária mais excluída. O Facebook e as redes sociais são os sites mais usados pelos brasileiros, com popula-

ridade entre 77% deles. Em 2013, o Brasil contabilizou 83 milhões de usuários no Facebook e ocupa o terceiro lugar no ranking mundial da rede social, sendo o segundo em assiduidade de acesso, perdendo apenas para os americanos³.

É interessante contrastar esse quadro geral com a realidade da economia solidária e da agroecologia no país. Segundo dados do último levantamento do Sistema Nacional de Informações da Economia Solidária (Sies)⁴, coletados entre 2010 e 2013, os Empreendimentos de Economia Solidária (EES) são compostos principalmente das camadas

2 | Pesquisa TIC Domicílios realizada em 2013. oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/numero-de-internautas-no-brasil-alcanca-percentual-inedito-mas-acesso-ainda-concentrado-13027120#ixzz3KxSEPTfz Acesso em 04.12.2014.

3 | portugues.rfi.fr/ciencias/20140409-india-e-2-pais-superar-100-milhoes-de-usuarios-no-facebook

4 | sies.ecosol.org.br

populares, com maioria dos EESs nas zonas rurais (54,8%) e periferias urbanas, além da maior presença na região Nordeste (40%). A maior parte dos sócios é de agricultores familiares (55%) e artesãos (18%), em atividades de produção ou produção e comercialização (56%). Quase metade dos empreendimentos (45,8%) tem acesso a computador e 41,9% tem acesso à internet. Aí a diferença e desigualdade de acesso entre as regiões e os estados é muito grande, semelhante aos dados da pesquisa do Cetic.br, em especial no Norte, Nordeste e alguns estados do Centro-Oeste.

Ou seja, os dados sobre o maior acesso da internet no Brasil são quase opostos ao universo dos(as) trabalhadores(as) da economia solidária e da agroecologia, que se concentram justamente onde há pouca ou nenhuma estrutura e conexão, nas zonas rurais e com as camadas populares.

Em pesquisa sobre a penetração e o uso da internet por Empreendimentos Solidários da área têxtil e de confecção em Belo Horizonte, apontou-se que a presença das iniciativas na rede é “débil e pouco compartilha dos benefícios da cultura digital” além de ser “básico e embrionário” (FONSECA & MACHADO, 2013, pp. 59-61), por ser pontual e pouco intensivo.

Ainda que alguns grupos possam ter computador e acesso à internet, isso não significa que seja de forma regular, contínua e com qualidade. Na pesquisa citada, os lugares mais visitados são sites de busca, e conclui-se que “não é a carência material (de equipamentos e conexão) que impede o uso da internet pelo EES”, visto que “nem sempre o acesso de pessoas ou grupos às tecnologias de informação e comunicação possibilita efetiva mudança cultural, pois esta implica a adoção de hábitos, atitudes e comportamentos de novo tipo” (FONSECA & MACHADO, 2013, p. 62), construídos social e historicamente.

Apontam também algumas hipóteses para a baixa qualidade nos acessos que ajudam na reflexão dos casos apontados mais à fren-

5 | telesintese.com.br/custos-de-telefonia-e-internet-brasil-continuam-entre-os-mais-altos-mundo-diz-uit

6 | Exemplo:

corporate.canaltech.com.br/noticia/internet/Qualidade-da-internet-voltou-a-cair-em-todo-o-Brasil-afirma-Anatel

7 | Para a campanha, banda larga significa a infraestrutura de telecomunicações que permite o tráfego de dados (bits) a altas velocidades (acima de 1,5 Mbps de acordo com padronização da União Internacional de Telecomunicações), viabilizando o seu emprego não apenas para a comunicação bidirecional de voz, mas também e sobretudo para a navegação na internet, envio e recepção de sons e imagens com elevada quantidade de informação e outras práticas sociais interativas.

8 | campanhabandalarga.com.br

te: relação custo-benefício, haja vista que o retorno no uso da internet não é claro ou imediato; conflito na concepção entre trabalho tangível e intangível; instabilidade nas iniciativas solidárias, dada a motivação da complementação da renda; supremacia do contato real do que virtual, como a importância das feiras; sentimento de incapacidade para uso da internet e das suas potencialidades; questões de gênero e machismo, na visão de que a tecnologia seja algo restrito ao universo masculino; analfabetismo, baixa escolaridade e pouca consciência da potencialidade do acesso para fortalecer as iniciativas.

Outro elemento que não potencializa o uso da internet para as camadas populares é que o Brasil é um dos países com o maior custo para acesso à internet no mundo⁵. A banda larga para a população mais pobre representa um peso 20 vezes maior que o preço do mesmo serviço para os mais ricos. E ainda, 44% das pessoas que têm computador em casa não conseguem pagar uma assinatura para ter internet. Outro dado é a qualidade da banda larga fixa e móvel no país, cujo cenário geral é de poucas empresas oferecendo o serviço, sem entregar a velocidade contratada e restrita cobertura nos territórios⁶.

Esse quadro nacional levanta os desafios que se cruzam para uma real democratização da informação e do acesso às tecnologias, o que demanda do Estado políticas públicas efetivas nesse sentido, por exemplo em infraestrutura, preço popular ou acesso gratuito, controle e regulação das empresas que prestam esses serviços.

Iniciativas nesse sentido como a Campanha Banda Larga⁷ é um Direito Seu⁸ defendem que

o acesso à internet com qualidade é um serviço essencial que efetiva uma série de direitos fundamentais, dentre eles o direito à comunicação. Apontam que um decreto presidencial poderia garantir a universalização e o serviço de acesso à banda larga em regime público, com metas de qualidade, continuidade e modicidade tarifária. Também há a Lei Geral de Telecomunicações, que estabelece que todo serviço essencial deve ser prestado em regime público, e o Marco Civil da Internet, que reconhece a essencialidade do acesso à internet para o exercício da cidadania. De outro lado, o tema mexe com os interesses das empresas privadas de telecomunicações, muitas das quais recebem recursos públicos e não prestam o serviço adequado, além de quebrarem a neutralidade da rede, relativa ao uso dos dados pessoais dos usuários. Outra demanda da campanha é pelo apoio ao desenvolvimento, manutenção e suporte de softwares livres, visto que o governo gasta bilhões em licenças e serviços de softwares proprietários⁹.

9 | cartacapital.com.br/blogs/intervozes/dilma-propoe-lei-para-universalizar-acesso-a-internet-6235.html

“[...] nem sempre o acesso de pessoas ou grupos às tecnologias de informação e comunicação possibilita efetiva mudança cultural, pois esta implica a adoção de hábitos, atitudes e comportamentos de novo tipo (FONSECA & MACHADO, 2013, p. 62), construídos social e historicamente.”

Além da democratização do acesso, outro elemento importante é a qualidade desse acesso, tanto de que tipo de informação circula e é absorvida, quanto qual a fonte, a propriedade e o objetivo dos conteúdos acessados e enviados. Quem contro-

la e cria os sistemas que acessamos? Participamos da criação destas tecnologias ou somos apenas usuários? Tais questões se colocam na proposta do software livre e das tecnologias sociais que buscam se contrapor às tecnologias convencionais e criar formas mais horizontais e participativas nesse campo.

Os casos: Cirandas.net, Portal do Consumo Responsável e Aplicativo ResponSA

Diante dos desafios colocados, diversas iniciativas estão em andamento para superar as lacunas do acesso à internet, além de buscar divulgar e comunicar outras práticas de produção, comercialização e consumo.

Uma primeira diferença das experiências apresentadas é a forma e o objetivo com que a tecnologia é pensada e desenvolvida, no conceito de tecnologia social (DAGNINO, 2010), que passa pelo entendimento de democratizar o saber e envolver a participação direta dos interessados, buscando a construção conjunta do conhecimento orientado por valores como equidade, justiça e sustentabilidade. Tal busca norteia as experiências e levanta novos desafios, para além da construção das ferramentas e tecnologias em si mesmas.

Cirandas.net, a rede social e econômica da economia solidária

Criado por iniciativa do Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES), o *Cirandas.net* tem como objetivo oferecer ferramentas na internet, em software livre, para apoiar a articulação econômica, social e política de quem pratica a economia solidária, e assim fortalecer este movimento social. É um espaço democrático de divulgação da economia solidária e da busca de seus produtos e serviços para consumidores individuais e coletivos¹⁰.

10 | cirandas.net

Oferece aos usuários páginas em três diferentes perfis: individuais, comunidades e Empreendimentos de Economia Solidária (EES). É possível postar fotos, filmes e informações diversas. No caso das páginas dos EESs, há ferramentas específicas para a comercialização, com vitrine de produtos e serviços, onde qualquer pessoa pode fazer uma encomenda direta para o grupo produtivo. Dessa forma, é uma ferramenta para o contato direto entre produtores e consumidores, e se inscreve na prática do comércio justo e solidário, permitindo mostrar a composição do preço e qualificar os produtos e serviços, como agroecológico, agricultura familiar, artesanal, orgânico, *fair trade*, indígena, quilombola, vegano, saúde mental, reforma agrária, etc., sejam autodeclarados ou indicados por terceiros, objetivando valores e práticas sociais.

A ideia surgiu a partir da demanda do Movimento de Economia Solidária, expressa em suas plenárias nacionais, de desenvolver ferramentas para apoiar a atividade produtiva, a comunicação, a compartilhar conhecimentos e iniciativas, além dos desafios de inclusão digital dos trabalhadores e trabalhadoras coletivas, com o desenvolvimento de tecnologias próprias e acessíveis a todo movimento.

Dentre a complexidade e diversidade de expectativas e atores envolvidos, segundo Faria (2010), um elemento que marca o início do desenvolvimento tecnológico do *Cirandas.net* foi a baixa participação direta de EESs, que vieram a ter um diálogo mais próximo depois de a ferramenta construída, o que é paradoxal com seu propósito, mas espelha o desafio de construir tecnologias com baixo orçamento, limitadas a um desenvolvedor e à baixa prioridade do tema para o Movimento de Economia Solidária.

Por outro lado, o sucesso da ferramenta depende também de inúmeros fatores externos a ela, em especial, a inclusão digital e sua apropriação pelos interessados e a estrutura

produtiva das iniciativas. O primeiro desafio envolve a alfabetização e condições de sistematização de informações dos grupos produtivos, acesso a computador e internet com regularidade, registro fotográfico digital, bem como condições de tempo e organização para essa atividade. O segundo desafio se relaciona com a realidade produtiva dos grupos, muitos dos quais não seguem uma regularidade produtiva e demandam qualificações na produção, na aparência e sobre informações nutricionais ou técnicas dos produtos e serviços, por exemplo.

Outro fator a ser considerado é que, por terem dinâmicas locais, as iniciativas solidárias e agroecológicas tendem a colocar a internet em segundo plano como ferramenta de trabalho, priorizando-a para uso pessoal e de lazer entre os integrantes. Além disso, os desafios por viabilizar economicamente as iniciativas produtivas levantam uma série de prioridades que acabam se limitando à esfera material local, sem perceber que justamente a internet pode trazer respostas e apoio para as dificuldades que enfrentam, seja por divulgação, acesso à informação, troca de experiências e contato com potenciais consumidores e fornecedores.

A reorientação da internet não apenas para o lazer, mas para o trabalho, é um desafio corrente para as camadas populares e no exercício de suas funções. Ainda que a internet possa não ser central para a atividade, se usada com maior qualidade e planejamento, pode servir como um meio de comunicação e visibilização do trabalho desenvolvido, concatenando e potencializando novas redes e relações sociais.

Para o universo da economia solidária articulada aos fóruns locais e estaduais, a internet é uma ferramenta fundamental para viabilizar a comunicação e a divulgação das articulações, agendas e debates, assim como de outros movimentos sociais articulados nos territórios.

Tais desafios ajudam a explicar por que apenas uma pequena parcela dos Empreendimentos de Economia Solidária utilizam o *Cirandas.net*, além deste seguir em desenvolvimento. Vale destacar que nos últimos anos a plataforma recebeu grandes investimentos e melhorias, sob a gestão técnica da Co-

operativa Eita¹¹, na sua interatividade e aparência.

“Quem controla e cria os sistemas que acessamos? Participamos da criação destas tecnologias ou somos apenas usuários? Tais questões se colocam na proposta do software livre e das tecnologias sociais que buscam se contrapor às tecnologias convencionais e criar formas mais horizontais e participativas nesse campo.”

Um exemplo de uso bem-sucedido no *Cirandas.net* é do Empreendimento Econômico Solidário

Art Gravatá¹², que produz brinquedos educativos em Gravatá/PE. Desde 2009, o grupo tem uma página na plataforma e é esse o principal meio de comercialização e contato com consumidores. A página tem informações completas dos produtos, contato e atendimento, investindo na divulgação do trabalho, seja presencial em eventos e feiras, seja virtual articulando outras plataformas como Facebook, Twitter e e-mail. Essa experiência mostra que não basta ter um site bem-feito no ar, mas traz a importância da articulação e divulgação do trabalho, que ganha saltos no boca a boca entre consumidores e no meio social inserido.

Portal do Consumo Responsável e aplicativo Respon

De outro lado, a necessidade de comunicação e interação virtual dos consumidores em busca de produtos e produtores da economia solidária e da agroecologia e iniciativas afins fez com que o Instituto Kairós junto com a Cooperativa Eita desenvolvessem o Portal do Consumo Responsável e o aplicativo Respon

O Portal do Consumo Responsável tem como objetivo criar e consolidar uma referência em consumo responsável no mundo da internet. Partindo de um olhar crítico ao consumo alienante, o consumo responsável é entendido como “um conjunto de hábitos e práticas que fomentam um modelo de desenvolvimento comprometido com a redução da desigualdade social. O consumo responsável visa melhorar as relações de produção, distribuição e aquisição de produtos e serviços, de acordo com os princípios da economia solidária, soberania alimentar, agroecologia e o comércio justo e solidário. É a valorização e a vivência de atitudes éticas para a construção conjunta de um novo panorama social e ambiental” (INSTITUTO KAIRÓS, 2013, p. 103). Assim, o consumo é um ato político.

Para abordar o consumo responsável na internet, a página inicial agrega três canais: mapa, notícias e biblioteca. O “mapa” permite localizar iniciativas do consumo responsável como: grupos, coletivos e Empreendimentos de Economia Solidária, incluindo seus locais de comercialização solidária; iniciativas de agroecologia, como hortas comunitárias urbanas, agricultores agroecológicos articulados em rede e experiências em segurança alimentar e nutricional; grupos de consumo responsável; feiras que vendem produtos orgânicos e em transição agroecológica; e restaurantes com pratos com ingredientes orgânicos ou em transição agroecológica. Esse mapa é alimentado por outros mapas já existentes mantidos por parceiros (como o próprio *Cirandas.net*). O canal de “notícias” traz conteúdos sobre consumo responsável, economia solidária, agroecologia, práticas socioambientais nas cidades, entre outros. E a “biblioteca” conta com acervo multimídia para aprofundar e difundir

o tema, voltado a educadores, pesquisadores, estudantes, meios de comunicação e interessados em geral.

O desenvolvimento do portal partiu de um processo de especificação participativa, que contou com a participação de parceiros, como redes, organizações e movimentos sociais atuantes nos temas da economia solidária, agroecologia, comércio justo e solidário, consumo responsável. Fizeram parte desse processo representantes do Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES), da Articulação Nacional de Agroecologia (ANA), do Fórum Brasileiro de Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (FBSSAN), da Rede Nacional dos Grupos de Consumo Responsável, do Instituto de Defesa do Consumidor (Idec), do Faces do Brasil – Plataforma do Comércio Justo e Solidário, da Central de Comercialização do Cerrado, do Instituto Marista de Solidariedade (IMS), do Movimento Urbano de Agroecologia de São Paulo (MUDA-SP), da Campanha Permanente Contra os Agrotóxicos e pela Vida, do Slow Food, além de parceiros da área de comunicação e design e de áreas afins.

“[...] a necessidade de comunicação e interação virtual dos consumidores em busca de produtos e produtores da economia solidária e da agroecologia e iniciativas afins fez com que o Instituto Kairós junto com a Cooperativa Eita desenvolvessem o Portal do Consumo Responsável e o aplicativo ResponSA.”

O processo participativo de desenvolvimento fortaleceu a proposta ao articular uma demanda que está presente entre as iniciativas dos movimentos sociais da economia solidária e da agroecologia, em especial para dialogar com a sociedade e trazer a proposta

do consumo responsável na prática, divulgando e articulando as milhares de pequenas experiências existentes pelo país.

Diretamente ligado ao Portal do Consumo Responsável, o aplicativo ResponSA disponibiliza ferramentas para a prática do consumo responsável, que contribui para se avançar rumo ao bem viver, tanto individual como coletivo. Qualquer pessoa com celular compatível pode baixar o aplicativo e encontrar as iniciativas de consumo responsável identificadas no mapa do portal. O mapa conectado à tecnologia de geolocalização do celular (GPS) mostra as diversas iniciativas próximas, estimulando a pessoa a ir conhecê-las e se envolver em suas atividades.

O convite do portal e do aplicativo é amplo, busca interagir com pessoas interessadas no consumo responsável, que querem transformar seus hábitos de consumo, aprofundar-se no tema e encontrar alternativas práticas para o seu dia a dia, fazendo o virtual ampliar as possibilidades do real.

Quando novos personagens entram na internet

A crescente importância da internet nas relações sociais e econômicas desponta para os movimentos sociais o desafio de inovar e utilizar esse espaço para fortalecer suas lutas e articular suas ações. Com isso, chegam também novas questões a serem enfrentadas, como a inclusão social e digital de suas bases, o desenvolvimento tecnológico, a linguagem, a usabilidade, a mudança de hábitos cotidianos e o fazer coerente com sua proposta.

Os casos apresentados partem também do entendimento do mercado como uma ferramenta estratégica para a promoção do desenvolvimento e da inclusão social (WILKINSON, 2014, p. 9), numa interpretação da sociologia econômica. Aí, o mercado não é posto como algo independente das pessoas ou um mal que precisa ser abolido, mas visto como uma estrutura e uma construção social, imersa em dinâmicas e culturas que existem

desde épocas remotas da humanidade. Reintroduz práticas econômicas então invisibilizadas ou excluídas, na perspectiva das trocas e da reciprocidade. É importante entender que existem inúmeros mercados e formas de circulação e troca, e o desafio posto pela economia solidária é ressignificar essas práticas e inseri-las como meio para o bem viver das sociedades.

Os casos brevemente apresentados mostram os inúmeros desafios de articular as demandas e práticas reais com o universo digital e sua pretensão de multiplicação e divulgação para a sociedade. Mais do que se limitar às redes virtuais, o objetivo é usar o universo virtual para fortalecer as práticas reais, provocar mudanças em hábitos sobre o que e como se consome, quais seus efeitos e retroalimentações.

O *Cirandas.net* traz a potencialidade de dar voz direta aos EESs e fortalecer a proposta da economia solidária, cujo desafio da apropriação segue em curso para que possa contribuir no uso da internet “como um meio importante para que populações historicamente desprovidas de voz na mídia tradicional falem por si mesmas” (FARIA, 2010, p.159). O Portal do Consumo Responsável e o aplicativo Resposta lançam a possibilidade de novas relações e interações entre consumidores e produtores da economia solidária e da agroecologia, entre movimentos sociais e sociedade, com os inúmeros desafios que esse diálogo carrega.

Outro desafio diz respeito à sustentabilidade dessas plataformas virtuais. Sua continuidade e manutenção necessita de recursos, seja financiada por projetos, pelo pagamento de serviços dos usuários ou por arrecadações, visto que tecnologias no meio virtual requerem a manutenção de servidores, nomes das páginas, correção de erros, atualizações e dinamizações. É importante notar que os softwares não estão parados, mas se modificam diante das tendências virtuais, das necessidades dos usuários e da ampliação das redes na interação social. Para as tecnologias desenvolvidas pelos movimentos sociais, esses

desafios se ampliam, seja pelo limitado orçamento, pela escassez de profissionais na área ou pela distância dos usuários em se responsabilizar pelo desenvolvimento tecnológico.

Como aponta Faria (2010), uma tecnologia por si só não é capaz de se difundir pela sociedade, mas são necessárias diversas articulações sociais para que um software, por exemplo, “amplie sua rede, desde a integração com outras tecnologias até a construção de vias de acesso e de capacitação dos usuários entendidos não como simples utilizadores, mas como partícipes do próprio processo de construção da tecnologia” (FARIA, 2010, p. 101).

Essa participação pode ocorrer de diferentes maneiras e em diversos níveis. As práticas solidárias, por exemplo, podem ser não apenas atividades para usuários finais, mas campo de trabalho tanto para EESs que atuam com desenvolvimento de softwares livres, quanto para a criação/adaptação de tecnologias da informação livres para articulações do movimentos social de abrangência nacional e local.

Assim, as tecnologias podem ser vistas como construções sociais, o que quebra a noção de sua pretensa neutralidade, e embute valores e propósitos construídos historicamente. E a internet pode ser vista como um espaço de exercício da política a ser ocupado e reinventado.

Ligia Bensadon é militante da economia solidária e da agroecologia e integrante da Rede Ecológica (grupo de consumo responsável do Rio de Janeiro/RJ). Integrou a Secretaria Executiva do Fórum Brasileiro de Economia Solidária no período de 2010 a 2013. E-mail: ligiabensadon@gmail.com

Thais Mascarenhas é integrante do Instituto Kairós e militante da economia solidária e da agroecologia. E-mails: i.kairos@yahoo.com.br / thaismas@yahoo.com

Referências Bibliográficas

DAGNINO, R. (Org). **Tecnologia Social**: ferramenta para construir outra sociedade. 2 ed. Campinas, SP: Komedi, 2010.

FARIA, L. A. S. **Softwares livres, economia solidária e o fortalecimento de práticas democráticas**: três casos brasileiros. Rio de Janeiro, UFRJ/COPPE, 2010.

FONSECA, R. S.; MACHADO, L. R. S. Indicadores de penetração e uso da internet por Empreendimentos da Economia Solidária. Revista **Tecnologia e Sociedade** (versão on-line), 1ª Edição, 2013.

INSTITUTO KAIRÓS; CAPINA (Org.) **Práticas de comercialização**: uma proposta de formação para a economia solidária e a agricultura familiar. São Paulo, Instituto Kairós, 2013.

SADER, E. **Quando novos personagens entraram em cena**: experiências, falas e lutas dos trabalhadores da Grande São Paulo. Rio de Janeiro, Paz e terra, 1988.

WILKINSON, J. **Markets no longer come from “the market”!** Rio de Janeiro, Fev/2014 (mimeo).

ORGANIZAÇÃO

Juliana Rodrigues Gonçalves

Thais Silva Mascarenhas

COLABORADORES

Ana Flávia Borges Badue

Arpad Spalding Reiter

Regiane Câmara Nigro

Vinicius do Nascimento

REVISÃO DE CONTEÚDO

Thais Silva Mascarenhas

Juliana Rodrigues Gonçalves

REVISÃO DE TEXTO

Janaína Mello

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Estúdio Claraboia

ILUSTRAÇÕES

Catarina Bessell

GRÁFICA



AGRADECIMENTOS

Agradecemos a todos que participaram e contribuíram com o projeto de fortalecimento e articulação da Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável, realizado pelo Instituto Kairós entre 2013 e 2017.

O conteúdo dessa publicação não reflete, necessariamente, a opinião do Ministério do Trabalho.

LICENÇA CREATIVE COMMONS



Esta trabalho foi licenciado com a Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 3.0 Não Adaptada.

VOCÊ PODE

- **Compartilhar** – copiar, distribuir e transmitir a obra.
- **Remixar** – criar obras derivadas a partir dos textos desta publicação.

SOB AS SEGUINTESS CONDIÇÕES

- **Atribuição** – Você deve dar crédito ao autor original, da forma especificada no crédito do texto.
- **Uso não comercial** – Você não pode usar esta obra para fins comerciais.
- **Compartilhamento pela mesma licença** – Se você alterar, transformar ou criar outra obra com base nesta, você somente poderá distribuir a obra resultante sob uma licença idêntica a esta.

Essa licença não vale para as ilustrações, que permanecem em *copyright*.

Este livro foi projetado pelo **Estúdio Claraboia** [estudioclaraboia.com.br] com ilustrações de **Catarina Bessell** [catarinabessell.com]. A impressão em *offset* ficou a cargo da **Futurama Editora e Gráfica** [futuramaeditora.com.br], que utilizou papel **Pólen Bold** 90g/m² no miolo e papel **Triplex** 300g/m² na capa. A composição dos textos foi feita com as famílias tipográficas **Alegreya** e **Alegreya Sans** de **Juan Pablo del Peral** [huertatipografica.com]. A **primeira edição** teve tiragem de **2.650 exemplares** no ano de **2017**.

EXECUÇÃO



www.institutokairos.net
facebook.com/Ikairos
i.kairos@yahoo.com.br
(11) 3257-5100

APOIO



REALIZAÇÃO

Secretaria Nacional de
Economia Solidária

MINISTÉRIO DO
TRABALHO





O livro parte de questionamentos sobre nosso atual padrão de produção, distribuição, comercialização e consumo, especialmente no campo da alimentação e traz a proposta do consumo responsável. Levando em conta desafios como o acesso ao alimento de qualidade e os limites do modelo convencional de abastecimento, são apresentadas práticas alternativas que aproximam consumidores e produtores (como os grupos de consumo responsável), os diálogos do tema com as políticas públicas e possíveis atuações de mobilização social nas redes, ruas e campos. É um convite para refletir e colocar o **consumo responsável em ação!**

“Há tempos já se sabe que a produção de comida é maior do que a demanda para o consumo, porém, assim como a posse de terras e dinheiro, o problema com a comida não é a produção, e sim a má distribuição. Vivemos num mundo sem medidas, de obesidade e desnutrição, capaz de gerar muita comida sem qualidade, o muito que é menos. Por isso, acredito que este livro venha com a função fundamental de conscientizar a sociedade para uma produção e consumo responsáveis, sem desperdício de quantidade e qualidade. O livro nos ensina que o menos pode ser mais para todos. E acredito que, quanto mais perto estivermos da produção da nossa comida e valorizarmos quem a produz, teremos mais produtos de qualidade para o consumo e chance de aderir a uma alimentação saudável. Todos deveriam poder escolher o que comer.”

Bela Gil [chef de cozinha natural]

REALIZAÇÃO

Secretaria Nacional de
Economia Solidária

MINISTÉRIO DO
TRABALHO

