

O estímulo às cadeias alimentares alternativas: a ação da incubadora de empreendimentos solidários da UFOPA

Breno de Souza Pinho¹

Giselle Alves Silva²

Zilda Joaquina Cohen Gama dos Santos³

RESUMO

Este artigo tem como objetivo apresentar a experiência da Incubadora de Empreendimentos Solidários da Universidade Federal do Oeste do Pará (IECOSOL-UFOPA), enquanto um projeto de extensão universitária que fomenta e dá suporte às cadeias alimentares alternativas, buscando aproximar produtores e consumidores. Trata-se de um estudo de caso único, qualitativo e elaborado sob a ótica da pesquisa participante. Para tal, são apresentadas as abordagens teórico-conceituais das cadeias alternativas, com enfoque para as cadeias alimentares curtas e os circuitos curtos de comercialização, destacando o papel destes na promoção de um novo modelo de vendas de alimentos, em que se elimina um grande número de intermediários no processo. A IECOSOL-UFOPA promove desde 2017, a Feira da Agricultura Familiar da UFOPA (FAF-UFOPA) que se configura como um espaço alternativo de comercialização de alimentos na cidade de Santarém - PA, onde os produtores da agricultura familiar dos municípios próximos ofertam sua produção agroecológica diretamente aos consumidores finais, gerando renda para aproximadamente 11 famílias. O artigo apresenta ainda os desafios que a pandemia do Covid-19 impôs à manutenção da feira presencial, e a solução encontrada pela IECOSOL-UFOPA para continuar apoiando os produtores e abastecendo o mercado local: mudança do modelo de venda direta face-a-face, para a venda indireta, com a oferta de cestas agroecológicas. Os resultados obtidos possibilitaram identificar que a FAF-UFOPA estimula relações de confiança a partir da comercialização de produtos de qualidade e com respeito ao meio ambiente, e a cestas agroecológicas foram uma importante estratégia para garantir a manutenção de renda aos produtores e abastecer o mercado local nesse momento de crise.

Palavras-chave: Cadeias alimentares alternativas. Feira da agricultura familiar. Cestas da agroecologia.

The stimulation of alternative food chains: the action of the UFOPA solidary enterprises incubator

ABSTRACT

This article aims to present the experience of the Solidarity Enterprises Incubator of the Federal University of Western Pará (IECOSOL-UFOPA), as a university extension project that encourages and supports alternative food chains, seeking to bring producers and consumers closer together. This is a unique, qualitative case study, elaborated from the perspective of participant research. To this end, the theoretical-conceptual approaches of alternative chains are presented, with a focus on short food chains and short marketing circuits, highlighting their role in promoting a new food sales model, in which a large number of intermediates is eliminated in the process. IECOSOL-UFOPA has been promoting, since 2017, the Family Farming Fair (FAF-UFOPA), which is an alternative space for food marketing in the city of Santarém - PA, where family farming producers from nearby municipalities offer their agroecological

¹ Acadêmico do curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA). E-mail: puruspinho@gmail.com.

² Doutora em Administração, Professora do Instituto de Ciências da Sociedade da Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA). E-mail: giselleadm@yahoo.com.br.

³ Doutora em Desenvolvimento Rural, Professora do Instituto de Ciências da Sociedade da Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA). E-mail: zildagama@yahoo.com.br.

production directly to final consumers, generating income for approximately 11 families. The article also presents the challenges that the Covid-19 pandemic posed to the maintenance of the face-to-face fair, and the solution found by IECOSOL-UFOPA to continue supporting producers and supplying the local market: changing the face-to-face direct sales model to indirect sales, with the offer of agroecological baskets. The results obtained made it possible to identify that the FAF-UFOPA encourages relationships of trust from the sale of quality products with respect for the environment, and agroecological baskets were an important strategy to ensure the maintenance of income for producers and supply the local market at that time of crisis.

Keywords: Alternative food chains. Family farming fair. Agroecology baskets.

1 INTRODUÇÃO

De acordo com Harvey (1989), as transformações político-econômicas no capitalismo, no final do século XX, trouxeram modificações radicais. Para o autor, a mudança do modo de produção fordista – no qual produção em massa significava consumo em massa e havia uma rigidez nos processos produtivos – para o modo de acumulação flexível, marcado pela flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo – teve repercussões sobre a dinâmica de toda a sociedade.

No campo específico da produção de alimentos, os impactos do modelo liberal-produtivista, pós-fordista, repercutiram de diversas formas. Friedman (2000) mostra que a produção fordista foi responsável por uma padronização da alimentação a partir das décadas de 1950 e 1960, criando um “regime alimentar internacional”. Tal padronização atrelada às mudanças trazidas pela flexibilidade dos processos produtivos e a eliminação de barreiras globais, permitiu que empresas produtoras de alimentos, como Unilever e Nestlé, se tornassem gigantes e comandassem a integração produtiva, transformando pequenos agricultores em simples fornecedores de matérias primas.

Além disso, a mudança de regime conduziu à inserção do modelo misto de produção, baseado em grão-gado e intensificação das monoculturas. Esse modelo produtivo é baseado no uso intensivo de insumos químicos e mecânicos que produzem impactos significativos sobre o meio ambiente (FRIEDMAN, 2000).

Essas transformações proporcionaram a integração de cadeias de valor e criaram o que muitos autores chamam de sistemas agroalimentares globais, cuja principal representação para o consumidor final são as grandes redes de supermercados que mudaram radicalmente os hábitos de consumo, desde os tipos de alimentos ofertados até a forma de aquisição destes (GOODMAN, 2003; GEREFFI, 2004; GEREFFI; FERNADEZ-STARK, 2011; BELIK; CUNHA, 2015).

De forma oposta e como resposta a essas transformações, os primeiros anos do século XXI foram marcados pelo surgimento de uma série de movimentos de valorização do produto local, alguns iniciados pelos próprios consumidores e outros pelos pequenos produtores. Nesse caminho,

surgem, em todo o mundo, iniciativas que estimulam e valorizam práticas de produção e consumo sustentáveis e agroecológicas.

Esse movimento de reversão ao padrão dominante recebe nomes diversos, dependendo do autor, alguns exemplos são: *Alternative food supply chain* (MARSDEN; BANKS; BRISTOW, 2000), Sistemas Agroalimentares Localizados - SIAL (MUCHNIK, 2012), *Quality turn* (GOODMAN, 2003). Todas essas nomenclaturas, apesar das variações, conduzem à ideia de que novos padrões de consumo de alimentos estão se desenvolvendo a partir de uma valorização do local e sustentável.

Como desdobramento da ideia das cadeias alimentares alternativas, Marsden, Banks e Bristow (2000) enfatizam a importância das cadeias alimentares curtas como forma de revalorização do alimento. Paralelamente a esses autores, de origem anglo-saxônica, na França uma corrente de estudos similar também se desenvolveu criando os conceitos de circuitos curtos de comercialização, circuitos de proximidade, circuitos locais e circuitos alternativos (DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013).

Este trabalho se apropria desses desenvolvimentos teórico-conceituais, especialmente dos conceitos de cadeias alimentares curtas de Marsden, Banks e Bristow (2000) e de circuitos curtos de comercialização de Chaffote e Chiffolleau (2007), para mostrar o papel da atividade de extensão desenvolvida pela Incubadora de Empreendimentos Solidários da Universidade Federal do Oeste do Pará (IECOSOL-UFOPA) no estímulo, fomento e suporte às ações que buscam aproximar produtores e consumidores, encurtando as cadeias alimentares e promovendo relações de confiança a partir da comercialização de produtos de qualidade e com respeito ao meio ambiente.

A pesquisa é caracterizada como um estudo de caso único sobre a Feira da Agricultura Familiar da UFOPA (FAF-UFOPA), que utilizou como principais métodos para a sua construção, a revisão bibliográfica, a coleta de dados primários (relatórios semanais das cestas agroecológicas e banco de dados do projeto de extensão), a coleta de dados secundários (relatórios anuais e banco de dados do projeto de extensão) e a pesquisa participante, posto que todos os autores deste artigo estão diretamente envolvidos na IECOSOL-UFOPA e nas atividades da feira. Os dados coletados foram analisados a partir de uma perspectiva qualitativa.

O artigo está estruturado em quatro seções, além desta introdução: a próxima apresenta os desdobramentos teórico-conceituais das cadeias alimentares curtas e dos circuitos curtos de comercialização; em seguida, apresenta-se a experiência de extensão desenvolvida pela IECOSOL-UFOPA, depois os desafios impostos pela pandemia e as soluções encontradas, e, por último, as considerações finais.

2 AS ABORDAGENS DAS CADEIAS ALIMENTARES ALTERNATIVAS

Apesar de assumirem a importância das relações locais e próximas para o desenvolvimento de mercados sustentáveis, as abordagens de Marsden, Banks e Bristow (2000) e de Chaffote e Chiffolleau (2007) diferem no seguinte aspecto: para primeira, o que importa é a informação recebida pelo consumidor, que pode ser comunicada tanto impressa quanto oralmente e é responsável pelo estabelecimento da confiança, enquanto a segunda abordagem coloca grande ênfase no número de conexões existentes entre o consumidor e o produtor. A seguir essas abordagens serão apresentadas com mais detalhes.

2.1. Cadeias alimentares curtas

Para Marsden, Banks e Bristow (2000), as cadeias alimentares curtas são construídas e sustentadas em uma forma de relação entre produtor e consumidor, totalmente diferente da estabelecida nos mercados tradicionais. Nessa nova relação, a construção do valor, por exemplo, tem um novo significado além do puramente monetário.

Os autores destacam, contudo, que o termo “cadeias alimentares curtas” é na verdade um termo “guarda-chuva” e que vários tipos de relações podem ser identificadas e citam como exemplo:

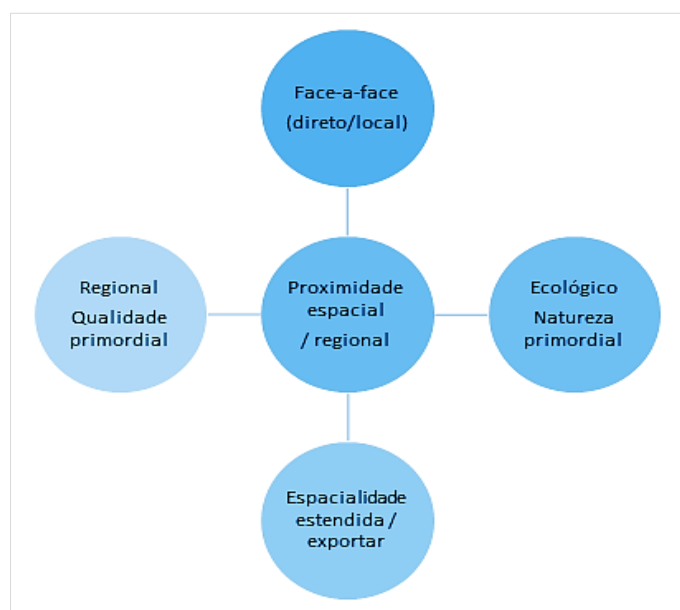
- Face-a-face: o consumidor compra o produto diretamente do produtor/processador; a autenticidade e confiança são mediados por meio da interação pessoal;
- Proximidade espacial: os produtos são produzidos e vendidos no varejo no local de produção e os consumidores são informados sobre a natureza “local” do produto no ponto de varejo;
- Espacialmente estendido: onde o valor e o significado carregam informações sobre o lugar de produção e aqueles que produzem os alimentos.

Marsden, Banks e Bristow (2000) esboçaram um esquema analítico-conceitual que engloba esses tipos de cadeias alimentares curtas, como pode ser observado na Figura 1 a seguir:

Em estudo empírico analisando várias experiências, Marsden, Banks e Bristow (2000) identificaram dimensões comuns às experiências que permitem desenhar uma caracterização para as cadeias alimentares curtas. Primeiramente, todos os casos diferem das cadeias convencionais de *commodities*. Em segundo lugar, identificaram novas relações entre organizações de uma mesma

localidade. Terceiro, a relação dos atores com o Estado é diferente, pois as inovações desenvolvidas surgem espontaneamente sem o apoio das políticas de Estado. Uma quarta dimensão comum é que as cadeias alimentares curtas representam experiências inovadoras que reconfiguram relações e incorporam novos valores, o que leva a uma quinta dimensão que é a agregação de valor à mercadoria. E, finalmente há novas formas de interação entre produtor e consumidor.

Figura 1 - Tipos de cadeias alimentares curtas e a importância para o critério ecológico ou qualidade regional



Fonte: Adaptado de MARSDEN; BANKS; BRISTOW (2000, p. 427)

Por todas essas características / dimensões, os alimentos que circulam em cadeias curtas contêm “formas compostas de valor que vão além, muito além do simples valor da mercadoria”. Na verdade, eles agregam outros tipos de valor, associados ao natural, a identidade regional e a qualidade de produção” (MARSDEN; BANKS; BRISTOW, 2000, p. 429, tradução nossa).

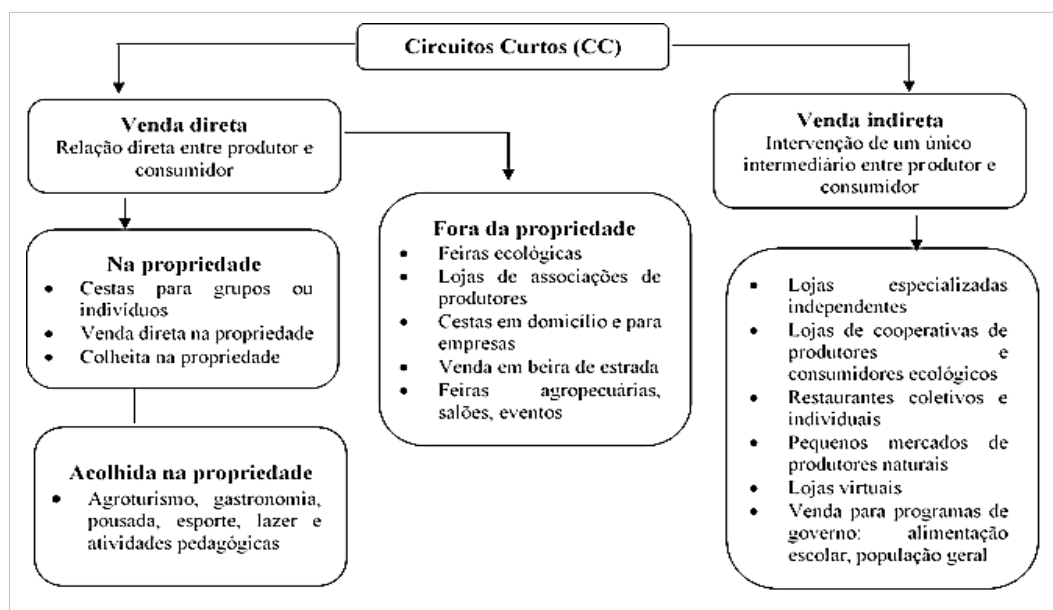
2.2. Circuitos curtos de comercialização

De acordo com Dalrot, Lamine e Brandenburg (2013), os circuitos curtos podem ser de dois tipos: venda direta ou indireta. No primeiro tipo, o produtor entrega a mercadoria diretamente ao consumidor e, no segundo tipo, existe a presença de um intermediário no processo. Esses mesmos autores afirmam que essa tipologia é questionável, na medida em que um supermercado pode comprar diretamente do produtor e nem por isso realizar uma comercialização justa, portanto, estando em desencontro aos princípios das cadeias alimentares alternativas.

Não obstante a presença desse obstáculo conceitual, os mesmos autores reforçam que os circuitos curtos carregam a ideia central de um “modo de troca e circulação de mercadorias de forma justa e solidária para ambas as partes: produtores e consumidores” (DALROT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013, p. 9). Dessa forma, esses autores propõem um esquema conceitual que expressa a tipologia de circuitos curtos de comercialização de produtos ecológicos que é apresentado na Figura 2.

Mesmo com limitações, o conceito de circuitos curtos apresenta-se como uma boa alternativa de referencial analítico para o estudo de experiências alternativas de comercialização de produtos que carregam uma nova forma de “ver” a relação entre produtor e consumidor e como isso implica na revalorização dos produtos que passam a agregar outras dimensões que vão além do exclusivamente monetário.

Figura 2 - Tipologia de circuitos curtos de comercialização de produtos ecológicos no Brasil



Fonte: DALROT; LAMINE; BRANDEMBURG (2013, p. 9)

Ademais, um outro conceito que permeia as duas abordagens em destaque é o conceito de agroecologia, compreendido de acordo com a visão de Wezel *et al.* (2009) como ciência, movimento e prática. Do ponto de vista do movimento social, a agroecologia representa a valorização dos princípios da solidariedade, sustentabilidade e valorização do local, no âmbito da ciência ela propõe a interação entre diversos campos do conhecimento como a agronomia, a economia, a ecologia, a física, a sociologia e a comunicação e como prática é um modo de produzir alimentos integrado e preocupado com as questões ecológicas.

A próxima seção apresenta o histórico de criação da FAF-UFOPA, seus resultados e principais impactos para a comunidade.

3 A FEIRA DA AGRICULTURA FAMILIAR DA UFOPA

Em junho de 2016, a IECOSOL-UFOPA, projeto de extensão que atua no apoio à comercialização e organização produtiva de pequenos agricultores familiares desde 2013, iniciou como uma de suas ações a FAF-UFOPA, com o objetivo inicial de criar um novo formato de comercialização, em que os pequenos agricultores dos municípios de Mojuí dos Campos, Belterra e Santarém pudessem ofertar sua produção diretamente aos consumidores finais, revalorizando o alimento e ainda proporcionando à comunidade acadêmica e circunvizinha, acesso a produtos agroecológicos⁴ a um preço justo e de boa qualidade.

Pelas características da proposta inicial a FAF-UFOPA pode ser identificada pela tipologia de Marsden, Banks e Bristow (2000) como um mercado face-a-face e na tipologia dos circuitos curtos de Darolt, Lamine e Brandenburg (2013) como venda direta fora da propriedade.

O propósito da FAF-UFOPA é aproximar produtores familiares de Santarém e região, aos seus clientes finais, criando um canal direto e construindo uma relação de proximidade, na qual estes consumidores podem acessar as informações relativas à qualidade e procedência do produto diretamente com o produtor. E este por sua vez, ao vender diretamente para o consumidor final, sem a presença de intermediadores, consegue receber um valor mais justo no escoamento da sua produção, portanto, uma relação com benefícios para todos os atores envolvidos.

A feira iniciou suas atividades com frequência mensal, e devido ao grande sucesso, logo passou a ser realizada todas as quintas-feiras no *hall* de entrada do campus da UFOPA Amazônia Boulevard, localizada na Cidade de Santarém, no Estado do Pará. Nessa fase inicial, a FAF-UFOPA contava com a participação de 6 associações, cooperativas ou sindicatos, e um total de 42 produtores chegaram a expor na feira, mas apenas um grupo de 14 permaneceram e consolidaram a atividade (UFOPA, 2017).

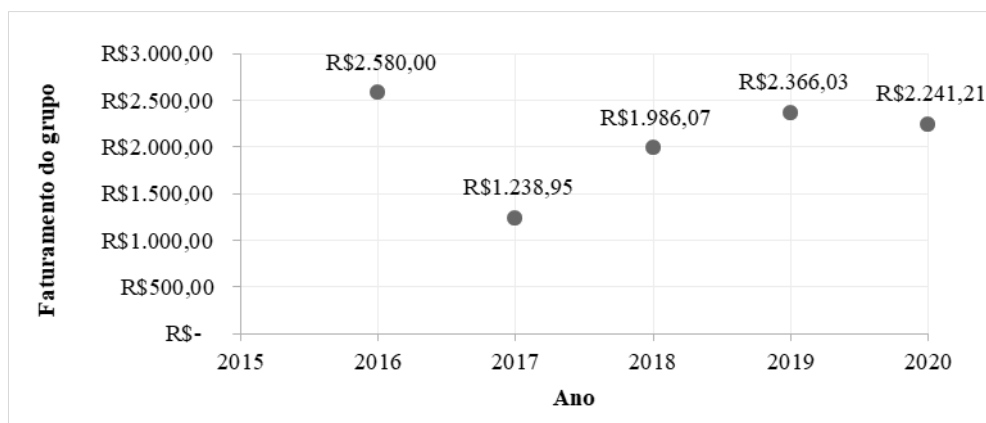
Após a fase de implantação da FAF-UFOPA, iniciou-se a etapa de capacitação, orientação, assessoria e acompanhamento dos empreendimentos que permaneceram. No ano de 2017, foram realizadas oficinas de Economia Solidária e Comércio justo e solidário; em 2018, oficinas de Planejamento estratégico da feira e Contabilidade para os Empreendimentos Econômicos e

⁴ “Produtos oriundos de um processo de produção isento de contaminantes intencionais (agrotóxicos); que realize a preservação da diversidade biológica dos ecossistemas em que se insere o sistema de produção; o uso saudável do solo, da água e do ar; e a reciclagem de resíduos de origem orgânica, reduzindo ao mínimo o emprego de recursos não-renováveis” (GRANJEIA, 2018, sem paginação)

Solidários. Desde o início das atividades da feira, os produtores eram constantemente orientados a uma produção familiar sustentável baseada na agroecologia, que de acordo com o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária - INCRA (2020), é uma alternativa à agricultura convencional, em que a produção no campo é aliada com a preservação dos recursos naturais e ecossistemas em geral, de forma a promover o manejo sustentável com a valorização de sistemas orgânicos de cultivo e do conhecimento tradicional dos trabalhadores rurais.

O gráfico 1, a seguir, demonstra o faturamento médio anual por feira entre 2016 e 2020, lembrando que, no ano de 2016, as edições eram mensais e a partir de 2017 passaram a ser semanais. O crescimento de 60,3% no faturamento das feiras do ano de 2017 para 2018 deu-se, segundo Silva (2019), pela boa execução dos objetivos e metas do planejamento estratégico da FAF-UFOPA realizados no início de 2018 e a realização das feiras temáticas em datas comemorativas como Dia Internacional da mulher, Dia das Mães, Festa Junina e Copa do Mundo.

Gráfico 1 - Faturamento Médio a cada feira realizada



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Além disso, evidencia-se que o aumento no faturamento é resultado da ampliação no número de transações realizadas, consequência da relação de confiança criada entre produtores e consumidores. O estabelecimento de laços de confiabilidade tem sua origem na reputação construída a partir da repetição de transações bem sucedidas. Essa nova relação difere das características da relação de mercado convencional, baseada no preço e de caráter impessoal, o que é corroborado pelas experiências analisadas por Marsden, Banks e Bristow (2000).

Em outubro de 2019, a nova coordenação da IECOSOL-UFOPA iniciou seus trabalhos por meio da realização de uma pesquisa de diagnóstico da feira que identificou os seguintes aspectos:

- dos 11 produtores entrevistados que comercializavam na feira, 2 não possuíam nenhuma filiação e;
- 9 eram filiados às seguintes associações ou cooperativas: Cooperativa da agricultura familiar de Mojuí dos Campos (1), Associação das mulheres trabalhadoras rurais do município de Belterra (4), Associação dos produtores rurais de Santarém (1), Associação Tapajós Orgânico (1), Sindicato dos trabalhadores rurais de Santarém (1) e Associação de mulheres trabalhadoras do município de Santarém (1).

Do total de participantes da FAF-UFOPA, 54% faturaram entre R\$100,00 e R\$300,00 por feira e 80% deles possuíam outros canais de comercialização para além da FAF-UFOPA. Dentre os produtos comercializados na feira, estão: frutas e produtos processados (molhos, doces, bolos), artesanato, ovo caipira, polpa de frutas, derivados da mandioca, hortaliças e galinha caipira.

Contudo, apesar do faturamento crescente da FAF-UFOPA desde 2017, o levantamento de dados de outubro a dezembro de 2019 revelou uma acentuada concentração no faturamento da feira. Apenas 3, dos 11 produtores da feira, concentraram 69% das vendas. Sendo que o produtor A, único a possuir o certificado de orgânico, era responsável por 34,3% do total do faturamento da feira, seguido dos produtores B com 20,9% e C com 14,1%.

Concluída essa etapa de diagnóstico, a coordenação da IECOSOL-UFOPA elaborou um novo plano estratégico para a FAF-UFOPA, desta vez em forma de ação integradora de ensino e extensão, que se consolidou por meio de uma parceria com a turma de Fundamentos da Administração do 3º semestre do curso de Ciências Econômicas da UFOPA: o Projeto Impulsionar FAF-UFOPA.

O objetivo desse plano estratégico foi impulsionar o crescimento da feira, ampliando sua visibilidade e a renda de seus produtores. Nesse contexto, foram empreendidas, no âmbito da FAF-UFOPA, as seguintes melhorias: padronização das mesas e do local, confecções de crachás de identificação, produção de placas de identificação para as mesas, confecções de camisas, criação de uma nova logomarca, faixa de identificação da feira, a criação de redes sociais e geração de conteúdo, elaboração de uma propaganda volante nos bairros próximos ao local da feira, e a realização e uma pesquisa de satisfação dos clientes. Ressalta-se que não foi possível mensurar o impacto dessas melhorias em virtude da suspensão das atividades da feira presencial no dia 12/03/2020, por conta do advento da pandemia da COVID-19 e da interrupção temporária das atividades presenciais nos *campi* da Universidade.

Face ao cenário descrito, é possível afirmar que a FAF-UFOPA se constitui em uma experiência consolidada e exitosa de criação de cadeias alimentares curtas que contribui para a criação de uma nova relação entre produtor e consumidor baseada em princípios de solidariedade e justiça. Tal experiência é fruto de um trabalho extensionista que envolve uma equipe de docentes e discentes dos cursos de Ciências Econômicas e Gestão Pública que atuam de forma ativa e colaborativa fornecendo o estímulo e o suporte necessário para impulsionar a agricultura familiar e as cadeias alimentares curtas há mais de 7 anos.

O tópico seguinte irá apresentar os desafios para a manutenção desses mercados de proximidade durante a pandemia de COVID-19 e as soluções encontradas pela IECOSOL-UFOPA para continuar apoiando os produtores e abastecendo o mercado local.

4 OS DESAFIOS DA PANDEMIA E AS SOLUÇÕES DA IECOSOL-UFOPA À MANUTENÇÃO DAS CADEIAS ALIMENTARES ALTERNATIVAS

A realização da FAF-UFOPA sempre apresentou inúmeros desafios, o principal deles talvez seja a dificuldade de acesso dos produtores ao local de comercialização na UFOPA, pois apenas 1 produtor possui veículo próprio para transporte de sua produção. Dos demais, 7 dependem de transporte público e transportam suas mercadorias, juntamente com passageiros no ônibus de linha, pois não há transporte específico para os produtores rurais; e 3 estão estabelecidos na região de várzea ou nas margens do rio Tapajós, dependendo de transporte fluvial, que requer mais tempo de deslocamento e maior custo.

Com a chegada da pandemia em março de 2020, os desafios já existentes para os produtores da FAF-UFOPA agravaram-se ainda mais, dentre estes podemos citar: a dificuldade de acesso à universidade (alguns produtores pegam 3 meios de transporte para chegar à feira - carroça, barco e ônibus, enquanto outros caminham 1 quilômetro para chegar no ponto de ônibus); a dependência do transporte público; a falta de reserva financeira por parte dos produtores para se resguardar durante o período do isolamento social involuntário; a falta de recursos tecnológicos, como acesso a rede telefônica, internet e computadores; a ausência de meios eletrônicos de pagamentos - apenas 2 expositores trabalhavam com as opções de débito e crédito na feira; e as limitações de gestão para promover adaptações que o novo cenário exigia.

Após a suspensão das atividades da feira, no dia 12/03/2020, a equipe da IECOSOL-UFOPA preocupou-se em fazer um acompanhamento semanal dos produtores, por meio de ligação telefônica, para saber de suas condições de subsistência e saúde. Apesar da renda reduzida ou zerada, a grande maioria dos produtores conseguiu garantir a alimentação de sua família com a

horta e a criação de pequenos animais em casa; apenas um expositor da feira, que vendia pimenta e tinha como principal fonte de renda o artesanato, enfrentou dificuldades de provisão alimentar. Nesse momento, a coordenação da IECOSOL-UFOPA entrou em contato com os demais membros do grupo, expôs a situação do colega e passou a realizar coleta de insumos (geralmente itens que os demais estavam com dificuldade de escoar de sua produção) para colaborar na alimentação da família do artesão, e contribuiu ainda com a doação de cestas básicas. Neste momento, o princípio da solidariedade foi uma marca presente entre os membros da feira, juntamente com a coordenação do projeto.

Como os produtores estavam dispersos geograficamente, apresentando condições bastante distintas no contexto do isolamento, não foi possível empreender uma ação capaz de contemplar igualmente todos os 11 produtores envolvidos na FAF-UFOPA. Foi então que a equipe da IECOSOL-UFOPA decidiu iniciar uma experiência piloto em parceria com o Sindicato dos Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais (STTR) de Mojuí dos Campos para trabalhar a proposta das Cestas da Agroecologia.

Cumprindo sua função social neste importante momento de pandemia, a IECOSOL-UFOPA retomou suas atividades de apoio à comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar no modelo de cestas prontas, no dia 07 de maio de 2020. Para abastecer a casa dos clientes, com sentimento de positividade e ajuda-los a superar esse momento, os produtores agroecológicos ofertaram à comunidade duas opções de cestas de alimentos: a cesta **RENOVAÇÃO**, que custava o valor de R\$ 50,00 e era composta por 17 itens entre frutas, verduras, hortaliças e ovos; a cesta **CONFIANÇA**, no valor de R\$ 30,00 composta por 13 itens; e galinha caipira no valor de R\$ 45,00. As cestas eram compostas pelos seguintes itens: abacaxi, limão, farinha, cheiro verde, pimentinha, couve, alface, tapioca, laranja, ovos, macaxeira, banana, maxixe, mamão, jerimum, castanha do Pará e acerola. A composição das cestas variava semanalmente, respeitando a produção da época e tentando contemplar o maior número possível de agricultores filiados ao sindicato.

A divulgação das Cestas da Agroecologia iniciou-se a partir do site da UFOPA, nos grupos de aplicativo de mensagens de servidores da Universidade, *lives* com a participação das coordenadoras e após 2 semanas de funcionamento, a atividade recebeu uma cobertura televisiva, que atribuiu notoriedade à iniciativa e a formação de um banco de dados com 154 contatos de clientes.

Logo após as primeiras semanas de vendas, e em virtude da grande procura pela cesta Renovação, de R\$ 50,00, optou-se por trabalhar exclusivamente com o modelo de cesta maior, objetivando abranger o maior número de produtores possível, gerar maior renda para eles, facilitar a organização da produção e a logística de entregas.

Todo o processo de vendas das Cestas Agroecológicas tinha início às segundas-feiras, quando o sindicato consultava os agricultores para verificar a disponibilidade dos itens da semana e em seguida informava à coordenação da incubadora a lista dos itens que deveriam compor a mesma.

Munida dessa informação, a coordenação da IECOSOL-UFOPA elaborava o texto de divulgação das cestas e fazia o envio das mensagens para os clientes, por meio de plataforma de envio eletrônico, que facilitava a ampla divulgação da mensagem para os 154 cadastrados no banco de dados a partir de um único *click*.

No material de divulgação, constava o contato telefônico dos alunos do projeto de extensão, que recebiam os pedidos, repassavam os dados bancários do sindicato para depósito, confirmavam o pagamento e alimentavam a planilha de vendas. Essa estratégia do depósito bancário na conta do STTR foi muito útil para a IECOSOL-UFOPA, para evitar a circulação de papel moeda, diminuir o contato físico da equipe com os clientes na hora da retirada do produto e agilizar a entrega.

A equipe do sindicato era restrita, por conta do contexto de emergência na saúde pública decorrente do coronavírus, e isso implicou uma capacidade operacional de 35 cestas por semana, mas, segundo a vice-presidente, era o suficiente para garantir a renda para aproximadamente 20 famílias.

Finalizadas as vendas, a equipe da IECOSOL-UFOPA repassava para o sindicato, na quarta-feira, uma planilha com a quantidade de cestas e de galinhas caipiras que precisavam ser providenciadas. Este, por sua vez, iniciava a fase de recepção da produção dos itens e coleta de alguns produtores que moravam mais distantes da sede e tinham dificuldade de locomoção. Em seguida, os produtos eram limpos, higienizados e dispostos em grandes sacolas plásticas para armazenagem e distribuição no dia seguinte. Ressalta-se que, para garantir a qualidade das frutas e folhagens, estas só eram embaladas no dia da entrega.

Na quinta-feira de manhã, a equipe de transportes da UFOPA dirigia-se até a sede do Sindicato em Mojuí dos Campos, distante 33 km de Santarém, para pegar as cestas e trazê-las até o campus Amazônia da UFOPA, onde a entrega era feita por meio de um sistema de *drive-thru* das 10 às 11h da manhã. Esse sistema foi pensado para evitar aglomeração, garantir a segurança de todos os envolvidos e gerar ainda mais comodidade para os clientes, visto que este nem precisava descer do seu veículo e entrar na Universidade, bastava estacionar em frente ao campus, acenar para a equipe, apresentar o comprovante de pagamento, que a equipe de distribuição, composta por 2 ou 3 pessoas, fazia a entrega no carro. Toda a equipe de entrega fazia uso de máscaras de proteção e álcool em gel para respeitar todos os protocolos de segurança. Essa metodologia do *drive-thru* foi muito elogiada pelos clientes dada a sua praticidade e rapidez. E assim, no intervalo de 1 hora, todas as cestas eram entregues com facilidade.

Na sexta-feira, a principal atividade era fazer a conciliação bancária, analisando se todas as vendas haviam sido recebidas e fazer uma reunião interna da coordenação da IECOSOL-UFOPA com o sindicato, para identificar pontos positivos, negativos e fazer ajustes no modelo. Destaca-se que a distribuição dos valores entre os produtores ficava a cargo da coordenação do sindicato, que repassava integralmente a cada produtor o valor referente às vendas dos produtos que estes ofertavam para a composição das cestas, não havendo qualquer comissão ou cobrança de taxas por parte do sindicato.

A Figura 3, a seguir, é a representação esquemática e descomplicada do modelo de comercialização das Cestas da Agroecologia idealizado e colocado em prática pela IECOSOL-UFOPA em parceria com o STTR de Mojuí dos Campos. Cabe destacar que a equipe buscava continuamente por melhorias no processo como: trabalhar com uma modelo de cesta única, isso facilitava a logística de confecção das cestas pelo sindicato; entregar os ovos separados da cesta para evitar quebras; optar por frutas mais resistentes ao manuseio; disponibilizar mais de uma opção de banco para transferência; a criação de textos e informativos prontos para facilitar a comunicação da equipe de vendas com clientes, tornando assim o atendimento mais ágil; a criação de uma grupo de aplicativo de mensagem temporário entre os clientes para tirar dúvidas, dar alguma informação e coordenar a retirada das cestas.

Com o amadurecimento do processo de comercialização via cestas, a coordenação da IECOSOL-UFOPA optou pela integração gradual de outros produtores da FAF-UFOPA que não haviam sido contemplados na fase inicial do projeto. Nesta fase, foram ofertados, aos clientes, óleo de coco, geleias regionais e molhos artesanais; com essa iniciativa mais 3 produtores da FAF-UFOPA passaram a se beneficiar da comercialização das cestas, perfazendo um total de 5 dos 11 totais.

A atividade de comercialização das Cestas da Agroecologia funcionou por 9 semanas, no período de 07 de maio a 02 de julho de 2020, compreendendo a fase mais crítica do isolamento social, quando os municípios da região decretaram *lockdown* e outras medidas restritivas à circulação de pessoas na rua, como o rodízio de CPF, limitação do número de pessoas reunidas, etc. Tal iniciativa representou uma importante estratégia de abastecimento da cidade, em um período crítico, no qual os pequenos produtores rurais estavam vendo sua produção perecer na propriedade e foram completamente desassistidos pelas políticas públicas locais.

Figura 3 - Fluxograma das Cestas da Agroecologia



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

O faturamento médio semanal no modelo das Cestas da Agroecologia foi de R\$1.960,94, apenas 13% a menos que no modelo presencial. Apenas 5 (45%) dos 11 produtores que atuavam na feira presencial antes da pandemia foram contemplados nas ações das cestas agroecológicas, e os principais motivos da não incorporação dos demais foram: inadequação dos produtos (no caso do artesanato), dificuldade logística de acesso a produção (em função da suspensão/escassez de transporte coletivo), e dificuldade de comunicação com os integrantes que moram na zona rural e não possuem acesso regular à internet ou telefone. Contudo, foram incorporados ao processo 21 novas famílias que tiveram sua produção escoada por meio da parceria com o STTR de Mojuí dos Campos.

Como aspectos limitantes da experiência é possível mencionar a não participação dos produtores da FAF UFOPA no processo de elaboração da proposta das cestas, ficando esta sob a responsabilidade apenas da coordenação da IECOSOL-UFOPA e do sindicato. Tal medida justificase pela dificuldade de comunicação com os produtores e pela urgência do processo, pois os agricultores estavam perdendo suas produções e a cidade já sentia os primeiros sinais no abastecimento alimentar. Outras restrições da ação foram a ausência de articulação com o poder público municipal, e a falta de recursos financeiros e humanos na equipe da IECOSOL-UFOPA, dado os cortes progressivos no orçamento das Universidades públicas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fomento às iniciativas que buscam estruturar e fortalecer as cadeias alimentares curtas é de fundamental relevância para empoderar produtores e criar um novo perfil de consumidor, mais engajado e preocupado com as questões sociais e ecológicas e assim criar um novo modelo de comercialização que extrapola as barreiras do modelo convencional.

As atividades da IECOSOL-UFOPA, com a criação da FAF-UFOPA há 5 anos, possibilitaram a criação de um canal de comercialização direto para produtores da agricultura familiar da região de Santarém, além de oferecer suporte para o(a) pequeno(a) agricultor(a), suas associações e cooperativas, propiciando dentre outras coisas: um sistema de troca justa e solidária entre produtores e consumidores, acesso à alimentos saudáveis produzidos agroecologicamente, criação de laços de confiança e valorização dos produtos locais.

Mesmo sendo uma experiência extensionista consolidada, a FAF-UFOPA foi fortemente atingida pelas restrições impostas pela pandemia do novo coronavírus em março de 2020. Tais restrições exigiram um esforço de redirecionamento das ações promovidas pela IECOSOL-UFOPA para que os canais alternativos de comercialização promovidos pelo projeto permanecessem, mesmo diante de um cenário completamente atípico, instável e com grandes limitações.

A solução encontrada para enfrentar esses novos desafios foi a comercialização de Cestas da Agroecologia por meio de um modelo de negócio desenhado em parceria com o STTR de Mojuí dos Campos. Esse novo modelo caracterizado pela venda indireta de cestas, cujo intermediário não era um agente econômico, e sim o STTR com o suporte da IECOSOL-UFOPA, exigiu que novas habilidades fossem assimiladas por todos os envolvidos. Primeiro, no âmbito tecnológico-organizacional, o suporte da IECOSOL-UFOPA foi fundamental, com a preparação do material de divulgação, recebimento e organização dos pedidos e suporte na conciliação das receitas. No âmbito logístico, da mesma forma, o suporte da IECOSOL-UFOPA com o auxílio da Coordenação de Transporte da Universidade permitiu que as cestas chegassem até o ponto de entrega de forma segura. E, por último, mas não menos importante, esse modelo demandou um alto nível de organização do STTR que realizou todo o trabalho de coordenação produtiva entre os seus filiados.

O modelo implementado mostrou-se eficiente no que tange à geração de renda para os produtores familiares, além de manter-se dentro dos princípios da IECOSOL-UFOPA de fomento às cadeias alimentares curtas, buscando a aproximação e a criação de laços de confiança entre produtores e consumidores que buscam alimentos locais e produzidos de acordo com os princípios agroecológicos. A principal limitação do modelo, contudo, foi sua incapacidade de abranger um

maior número de produtores, limitação esta que pode ser superada com o aprimoramento dos fluxos, a incorporação de mais pessoas à equipe e a utilização de outras ferramentas tecnológicas.

Novos cenários tornam algumas mudanças necessárias e inevitáveis, exigindo movimento e adaptação. Nesse sentido, o papel da IECOSOL-UFOPA na atuação junto aos produtores familiares da região de Santarém, durante o período crítico provocado pela pandemia do novo coronavírus, mostrou a importância da Universidade pública e da extensão universitária como instrumento concreto de formação profissional cidadã e espaço privilegiado de produção do conhecimento para a superação das desigualdades sociais existentes.

REFERÊNCIAS

- BELIK, W.; CUNHA, A. R. A. Abastecimento no Brasil: o desafio de alimentar as cidades e promover o Desenvolvimento Rural. In: GRISA, C.; SCHNEIDER, S. (Org.). **Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil**. Porto Alegre: UFRGS, 2015.
- CHAFFOTTE, L.; CHIFFOLEAU, Y. Vente directe et circuits courts: évaluations, définitions et typologie. **Cahiers de l'Observatoire CROC**, Montpellier, n. 1-2, fev./mar. 2007.
- DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Agricultura**, v. 10, n. 2, junho de 2013
- FRIEDMANN, H. Uma economia mundial de alimentos sustentável. In: BELIK, W.; MALUF, R. (Org.). **Abastecimento e segurança alimentar**: os limites da liberalização. Campinas: Unicamp, 2000. pp. 1-21.
- GEREFFI, G. The global economy: organization, governance and development. **Handbook of Economic Sociology**. New York: Russel Sage Foundation, 2004.
- GEREFFI, G.; FERNANDEZ-STARK, K. **Global Value Chain Analysis**: A Primer Center on Globalization, Governance & Competitiveness. Duke University, 2011.
- GOODMAN, D. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. **Journal of Rural Studies**, v.19, n.1, p.1-7, 2003.
- GRANJEIA, Julianna. **Alimento orgânico ou agroecológico? Entenda a diferença entre os modos de produção**. Brasil de Fato. São Paulo (SP). 03 de Maio de 2018. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2018/05/03/alimento-organico-ou-agroecologico-entenda-a-diferenca-entre-os-modos-de-producao>. Acesso em: 25 set 2020.
- HARVEY, D. **A condição pós-moderna**. 5 ed. Editora Loyola: São Paulo, 1989
- INCRA. **Agroecologia**. Disponível em: <http://www.incra.gov.br/pt/agroecologia.html>. Acesso em 25 set 2020.
- MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in the rural development. **Sociologia Ruralis**, v.40, n. 4, October. 2000.
- MUCHNIK, J. Sistemas agroalimentarios localizados: desarrollo conceptual y diversidad de situaciones. In: SALCIDO, G.; TORRES, R.M. (Org.). **Los sistemas agroalimentarios**

localizados. Identidad territorial, construcción de capital social e instituciones. Cidade do México: UNAM, 2012.

SILVA, Deise Cristina Coelho da. **O comércio justo e solidário:** um estudo sobre a Feira da Agricultura Familiar da UFOPA. 2019. 58f. Trabalho de Conclusão de Curso - Ciências Econômicas, Universidade Federal do Oeste do Pará, Santarém, 2019.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ. **Relatório Anual da Incubadora de Empreendimentos Solidários - 2017.** Santarém, 2017.

WEZEL, A; BELLON, S; DORÉ, T; FRANCIS, C; VALLOD, D; DAVID, C. Agroecology as a science, a movement and a practice. A review. **Agronomy for Sustainable Development.** EDP Science, 2009.