

## FEIRA VIRTUAL BEM DA TERRA: OS SEUS CONSUMIDORES COMO IMPORTANTE FERRAMENTA DE TRANSFORMAÇÃO

TIAGO GRAULE MACHADO<sup>1</sup>; ANTÔNIO CARLOS MARTINS DA CRUZ<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Bolsista do Núcleo Interdisciplinar de Estudos e Extensão em Tecnologias Sociais e Economia Solidária (TECSOL) da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – [tgraule@ymail.com](mailto:tgraule@ymail.com)

<sup>2</sup>Professor do Centro de Integração do Mercosul da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – [antonio.cruz@ufpel.edu.br](mailto:antonio.cruz@ufpel.edu.br)

### 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por objetivo descrever as formas de participação e interação dos consumidores da Feira Virtual Bem da Terra, em relação aos princípios éticos de três “movimentos” da sociedade civil que se articulam: a economia solidária, o comércio justo, e o consumo consciente, na região de Pelotas – RS. Essa iniciativa é oriunda da comunhão de esforços entre Associação Bem da Terra, Núcleo Interdisciplinar de Estudos e Extensão em Tecnologias Sociais e Economia Solidária (TECSOL), ligado a Universidade Federal de Pelotas (UFPel), e do Núcleo Economia Solidária e Incubação de Cooperativas (NESIC), vinculado a Universidade Católica de Pelotas (UCPel).

Tal canal de comercialização auto-organizado – entre os vários produtores sejam eles da zona urbana ou rural, e os consumidores organizados em núcleos de consumo – se estrutura em regras divergentes do comércio comum e tradicional, amparados na confiança, reciprocidade e acima de tudo na solidariedade. Por isso, serão expostos alguns aspectos inovadores da proposta, consequentemente, o seu cruzamento com o marco teórico que embasa iniciativas nessas áreas.

### 2. METODOLOGIA

A metodologia de desenvolvimento da ação extensionista parte da perspectiva da ‘pesquisa-ação’ (THIOLLENT, 2010) e da educação popular (FREIRE, 1983), que se fundamenta na interação horizontal entre pesquisadores-extensionistas e comunidades participantes. O texto aqui apresentado é um relato de parte da experiência desenvolvida pela Feira Virtual Bem da Terra e é fruto das ações planejadas e desenvolvidas em Grupos de Trabalho (GTs), que permitem a operacionalização do mecanismo de comercialização dos inúmeros produtores e de seus respectivos consumidores.

Para conduzir a realização deste relato de experiência, optou-se por uma revisão bibliográfica que faz parte do processo de formação continuada dos bolsistas e que também se mantém nos principais fóruns de discussão a respeito da economia solidária, do comércio justo e do consumo consciente. Essa base teórica servirá como baliza para mostrar – com base na realidade atual desse processo de comercialização auto-organizado – a constituição do trabalho planejado e coletivo entre produtores e consumidores que agem e atuam nesse cenário.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Feira Virtual Bem da Terra funciona em ciclos semanais de distribuição de produtos. Os pedidos de compras podem ser feitos de segunda a quinta-feira durante o período de oferta dos produtos na plataforma<sup>1</sup>. A retirada das compras é feita aos sábados na sua sede física – Centro de Distribuição (CD<sup>2</sup>) – local onde são armazenados, separados e retirados os produtos produzidos pelos Empreendimentos Econômicos Solidários (EES).

Visando garantir a disponibilidade dos produtos, encaminhar os pedidos e sua respectiva retirada, uma rede de operações organiza e dá sentido aos diferentes fluxos de informações. A divisão de tarefas em Grupos de Trabalho (GTs<sup>3</sup>), formados por professores e alunos membros do Núcleo Interdisciplinar de Estudos e Extensão em Tecnologias Sociais e Economia Solidária (TECSOL) e do Núcleo Economia Solidária e Incubação de Cooperativas (NESIC) coordenam as atividades e estruturam o funcionamento do ciclo de distribuição de pedidos.

O trabalho de organização dos fluxos de informação começa antes da abertura do ciclo semanal de distribuição para os consumidores e continua após seu encerramento. Na véspera ou algumas horas antes da abertura do ciclo, os produtores informam suas ofertas pra os integrantes do Gt responsável pela articulação com os produtores rurais; o mesmo ocorre com os produtores urbanos, alternando o Gt responsável pelo contato. A Feira Virtual trabalha ainda com um pequeno estoque de curto prazo, pois alguns produtos não são produzidos na região de Pelotas – RS, por exemplo, o café é oriundo do estado de Minas Gerais e o achocolatado, creme de leite, leite condensado e leites integrais, semi-desnatado e desnatado chegam de Santa Catarina.

Encerrado o período para realização de compras, relatórios (por consumidor e por produtor) contendo informações sobre as solicitações são emitidos automaticamente pela plataforma digital. É através dessas informações que os produtores tomam conhecimento a respeito dos produtos que lhe foram comprados no ciclo e que devem separar pra serem recolhidos antes da entrega. Um veículo faz o recolhimento dos produtos rurais e transporta até a sede física da Feira Virtual Bem da Terra. Um dia antes os grupos de produtores recebem a relação dos pedidos comprados pelos consumidores.

A fase seguinte ao recolhimento é a separação dos pedidos por núcleo<sup>4</sup> e consumidores. A partir daí entram em cena o trabalho dos consumidores, que através de um revezamento previamente decidido pelos próprios integrantes de cada núcleo de consumo, um dos membros vai ao CD para realizar a separação dos produtos de acordo com os pedidos individuais dos outros membros do seu núcleo responsável que solicitaram produtos no ciclo de compras. A separação ocorre na manhã de sábado, aonde todos são recepcionados com um vasto café da manhã antes da separação, à tarde os consumidores retiram seus pedidos e efetuam o pagamento, vale destacar que o horário de entrega é das 14:00 até 18:00 horas.

<sup>1</sup> Site desenvolvido pela Cooperativa Eita para o Fórum Brasileiro de Economia Solidária voltado pra comercialização de produtos de Empreendimentos Econômicos Solidários (EES).

<sup>2</sup> O CD fica localizado na Rua XV de Novembro 252 – Centro (Próximo a Câmara de Vereadores).

<sup>3</sup> Hoje são cinco Gts à saber, Gt Externos e Internos, Gt Comunicação, Gt Financeiro, Gt Sede e Gt Transição.

<sup>4</sup> Atualmente, existem uma série de núcleos, por exemplo UFPel Centro, UFPel Porto, UFPel Anglo, UFPel Famed, IF CAVG, IF Reitoria, UCPel I, UCPel II, Vizinhos da Sede, Frutacor, Colégio Pelotense, Sindicato dos Bancários, Sindicato dos Metalúrgicos, ADUFPel, IMA etc.

É digno de nota como aponta Cruz (2013), que nos últimos anos vem se multiplicando no Brasil a experiência dos “grupos de consumo responsável”, referenciados no modelo das cooperativas de consumo, mas com diferenças marcantes em relação à estrutura e ao processo de funcionamento. De acordo com o mesmo autor, embora esses coletivos não sejam uma experiência totalmente inovadora, o uso de plataformas de compras através da internet e o desenvolvimento de metodologias de participação direta e democrática dos consumidores na suas gestões tem permitido a esses empreendimentos três eixos cruciais: garantir um envolvimento efetivo e comprometido com a economia solidária e a sustentabilidade, por parte dos consumidores, na gestão da distribuição; estabelecer um diálogo efetivo entre produtores e consumidores, dando passos na superação da relação fetichizada do consumo; reduzir os preços aos consumidores, sem afetar os ganhos dos produtores, graças à redução dos custos de transação.

A participação ativa dos consumidores se opera em várias e diferentes instâncias e ações:

(a) o ingresso na Rede é condicionado à participação em processo formativo (oficinas realizadas aos sábados pela manhã, em ambiente didático, localizado no próprio CD);

(b) os consumidores assumem o compromisso de recolher e pagar os produtos solicitados em cada ciclo através da plataforma Cirandas.net, num processo de confiança recíproca entre consumidores (que demandam) e produtores (que entregam);

(c) além disso, os consumidores aceitam uma quota mínima de consumo no valor de R\$ 60,00 mensais, como parte do estabilização previsional que objetiva a viabilidade econômica da Feira Virtual;

(d) os consumidores participam das reuniões de seus núcleos (mensais ou bimestrais, conforme o núcleo de consumo), avaliando e discutindo a experiência;

(e) embora não seja obrigatória a presença, em geral cerca de 50% dos consumidores ativos vêm participando dos “Encontros de Consumidores” que ocorrem uma vez a cada semestre pra discutir o processo e tomar decisões estratégicas;

(f) os núcleos responsáveis assumem parte importante do processo de distribuição ao garantir a separação dos produtos que chegam da zona rural nos sábados pela manhã, tanto como “separadores” (um por núcleo) quando como “facilitadores” (orientadores/coordenadores da separação);

(g) vários consumidores participam diretamente dos Gts coordenados pelos núcleos universitários, iniciando já o processo de transição entre a gestão assistida (TECSOL/NESIC) e a gestão direta dos consumidores;

(h) por fim, há uma importante interação entre os consumidores através das redes sociais, especialmente do “grupo fechado” estruturado no “Facebook”.

#### 4. CONCLUSÕES

Podemos dizer que essa rica e vasta iniciativa tem como pilares fundamentais a economia solidária, o comércio justo e o consumo consciente. Em síntese significa envolver e articular de forma solidária em outros três momentos diferentes da economia, à saber, produção, distribuição e consumo.

Cabe destacar, que muitos resultados positivos já foram conquistados nesses quase dois anos de Feira Virtual Bem da Terra. Entre novembro/2014 e julho/2016 (20 meses) o número de consumidores cadastrados cresceu de 180 para 450 e o número de consumidores efetivos (aqueles que realizaram compras ao longo dos ciclos, nos últimos três meses) cresceu de 85 pra 148. A média de pedidos semanais subiu de 42 para 72 no mesmo período, e o valor total de receita da distribuição realizada variou entre R\$ 8.700,00 e R\$ 16.200,00. O número de grupos de produtores locais também cresceu e a renda dessas famílias originadas da Feira Virtual também teve uma variação de cerca de 100% em seu total.

Tão importante quanto esses números, são os primeiros passos rumo à autogestão, o consumo agroecológico e o crescimento da participação e envolvimento ativos do conjunto dos consumidores. Muito embora os dilemas e percalços ainda sejam muitos, a busca de uma economia mais “justa” e “solidária” prevalece.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CRUZ, Antônio. *Os “grupos de consumo responsável” no Brasil – experiências inovadoras de comercialização solidária*. Comunicação ao IV Congresso da Rede Universitária de Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares e II Simpósio Internacional de Extensão Universitária e Economia Solidária (Porto Alegre, 2013). Disponível em: <<http://docplayer.com.br/9525706-Caderno-de-resumos-titulo-e-resumo-modo-s-de-producao-e-economia-solidaria.html>>. Acesso em: 06 de ago. de 2016.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

THIOLLENT, Michel. **Pesquisa-ação e projeto cooperativo na perspectiva de Henri Desroche**. São Carlos: EdUFScar, 2010.