

FEIRA VIRTUAL BEM DA TERRA E MERCADOS DE PROXIMIDADE: UMA ANÁLISE A PARTIR DA TEORIA DA PERSPECTIVA ORIENTADA PELO ATOR

WILLIAM BORGES ALDRIGHI¹; DÉCIO DE SOUZA COTRIM²;
LÚCIO ANDRÉ DE OLIVEIRA FERNANDES³

¹Universidade Federal de Pelotas – williamirma@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – deciocotrim@yahoo.com.br

³Universidade Federal de Pelotas – lucio.fernandes@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

Os estudos sobre os mercados no contexto da agricultura familiar ganharam notoriedade no final do século XX, contudo, não deram conta de discutir a criação de mercados capazes de satisfazer as demandas específicas desta importante categoria social rural (CONTERATO et. al., 2011). No início do século XXI algumas políticas públicas como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e o Programa de Garantia de Preços para a Agricultura Familiar (PGPAF) surgiram no Brasil como resposta do Estado às demandas específicas desta categoria. Noutra perspectiva, várias iniciativas como feiras presenciais agroecológicas, da agricultura familiar, compras coletivas e grupos de consumo responsáveis surgiram a partir da auto-organização de produtores e consumidores,

A Feira Virtual Bem da Terra (FVBT) é um mecanismo de comercialização virtual da Rede Bem da Terra Comércio Justo e Solidário, que surgiu em dezembro de 2014 no município de Pelotas/RS e comercializa produtos da agricultura familiar dos Empreendimentos Econômicos Solidários (ESS) da região, vinculados à associação de produtores da rede (DIAS et al., 2015). A FVBT foi formatada com o auxílio das incubadoras de economia solidária de Pelotas de maneira a garantir um preço justo aos produtores e um alimento saudável a um preço justo aos consumidores engajados na rede (SILVEIRA et al, 2015).

A Economia Solidária tem uma série de princípios e bandeiras entre os quais estão: o consumo responsável; consumo consciente; a agricultura familiar; a agroecologia; autogestão.

O projeto de pesquisa que dá origem a este trabalho optou para analisar esta experiência pela Perspectiva Orientada Pelo Ator (POA) de Normam Long¹. A POA é uma abordagem teórica que carrega conceitos que tratam do indivíduo como um ator, fruto de uma construção social, que é capaz de assimilar e reagir às experiências no contexto em que está inserido. Esse ator disputa as suas ideias, tratadas como projetos individuais, nos espaços coletivos denominados de arenas, onde formulam os seus projetos coletivos. Através da sua capacidade de agência, consolida e disputa o seu projeto (LONG, 2001). Portanto, a POA reúne elementos que dão conta de embasar a discussão que se propõem, devido às características da FVBT.

O objetivo deste trabalho é trazer os resultados parciais desta pesquisa e discutir os dados coletados então.

¹ Norman Long é antropólogo, professor Emérito de Sociologia do Desenvolvimento na Universidade de Wageningen na Holanda; foi professor Adjunto de Humanidades Universitárias e Desenvolvimento, na China Agricultural University; e autor da obra “*Development Sociology: actor perspectives*”.

2. METODOLOGIA

A presente pesquisa trata de uma dissertação de mestrado, a qual se encontra em fase de adaptação do instrumento proposto para coleta de dados. A partir de uma abordagem qualitativa, pretende-se realizar um estudo de caso, que segundo Gil (2008) consiste no estudo profundo e exaustivo sobre um ou poucos objetos que permita o seu conhecimento detalhado.

A coleta de dados na pesquisa de campo será feita através de entrevistas semi-estruturadas, onde a amostragem será definida com a aplicação da técnica snowball nas arenas de produtores e núcleos assessores. Na arena de consumidores, além da snowball, será feita a escolha de atores chave para a realização das entrevistas.

A definição do número de entrevistas será feita a partir da saturação teórica, na medida em que as respostas ficarem repetitivas. Todas as entrevistas serão gravadas e transcritas para gerar o corpus da análise. A partir do corpus será realizada uma análise de discurso das entrevistas dos atores envolvidos para determinar o que está por trás da dinâmica encontrada na FVBT.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Até o presente momento foi executada a primeira etapa da pesquisa na qual se realizou uma pesquisa documental a partir de relatórios e de planilhas gerados pela plataforma virtual de comercialização, cedidos pela gestão da FVBT, com a finalidade de obter um diagnóstico da dinâmica de consumo ao longo desses quatro anos. Além disso, foi realizada a observação participante, que segundo Gil (2008) consiste na imersão do sujeito na vida da comunidade, na qual o indivíduo assume papel de membro ativo.

A organização da FVBT ocorre através da articulação prévia de consumidores em diversos núcleos de consumo responsáveis, os quais congregam entre dez e vinte consumidores, e grupos de produtores vinculados a associação de produtores da rede. As vendas são feitas através de ciclos semanais de compras na plataforma cirandas.net² e a distribuição feita aos sábados no Centro de Distribuição, local onde são organizadas, distribuídas e pagas as compras semanais. (SILVEIRA et al., 2015).

Segundo Portilho (2009) consumidor responsável é um ator que possui uma série de características que o difere de um consumidor comum. Preocupações tais como questões socioambientais, modos de produção, relações de trabalho, são exemplos de características deste tipo de consumidor. A FVBT foi pensada de maneira a contar com um consumidor proativo, capaz atender às necessidades de um processo coletivo e autogestionário como este, que exige certo envolvimento e dedicação.

De acordo com Cotrim et al. (2018), não são observados apenas comportamentos desejáveis e esperados no contexto da economia solidária que são identificados na FVBT. É possível verificar, por parte dos produtores, sobrepreços de produtos ou até mesmo a entrega de produtos com qualidade inferior devido à característica da comercialização que se dá de forma virtual e a prerrogativa do alimento orgânico. Na arena de consumidores, comportamentos contaminados pelos

² O Cirandas é uma iniciativa do FBES - Fórum Brasileiro de Economia Solidária - que tem como objetivo oferecer ferramentas na internet para promover a articulação econômica, social e política de quem gosta da Economia Solidária ou vive dela (FBES, 2011).

conceitos de produtos do mercado convencional, onde parâmetros como tamanho, aspecto e preço do produto se apresentam como exigências imprescindíveis para alguns.

O projeto inicial da FVBT previa que houvesse uma apropriação dos processos de distribuição dos produtos tanto por parte dos consumidores quanto por parte dos produtores da rede, incluindo os agricultores familiares (SILVEIRA et al., 2015). Contudo esta proposta de formato não teve êxito, assim como, os objetivos que tangem às dimensões que a feira virtual pretendia alcançar em termos de consumo, produção e distribuição.

Desde o seu princípio ela enfrenta dificuldades para se viabilizar economicamente porque ao longo deste período não alcançou uma média de consumo capaz de atender aos custos fixos, nem mesmo em um mês de funcionamento sequer. Nos dois primeiros anos a FVBT possuía um Centro de Distribuição (CD) autônomo, localizado na rua quinze de novembro no centro de Pelotas. O custo fixo para a sua manutenção girava em torno de 2.400,00 reais, entre os quais estavam despesas com o aluguel do espaço, logística, conta de água, luz e internet.

Ao longo de quatro anos os dados levantados a respeito da dinâmica de consumo apontam que apenas em 2016, em três meses específicos, foi alcançado um patamar de pedidos superior ao necessário estimado para atingir o ponto de equilíbrio econômico da feira. Contudo, a receita obtida naqueles três meses não se traduziu naquela necessária para tal solução. A maior média semanal de pedidos obtida ao longo de um ano foi de 75% do total necessário. Outro dado relevante a ser observado é o valor médio dos pedidos, que caiu pela metade ao longo dos quatro anos e meio de feira.

A dificuldade em viabilizar este espaço levou a reformulação de algumas estratégias, entre as quais estão: a mudança do local do CD, ora localizada em um espaço da Universidade Católica de Pelotas, mas em fase de transição para outro endereço que pertence à Universidade Federal de Pelotas; mudança na margem sobre os produtos comercializados; criação de planos de arrecadações através de contribuições voluntárias e obrigatórias; entre outros.

O presente trabalho tem como objeto de pesquisa uma rede de Economia Solidária local que possui um mecanismo de comercialização complexo, feito de maneira virtual, onde são ofertados produtos de diversas categorias inclusive hortifrutigranjeiros, há quase cinco anos em funcionamento. Todavia ele não possui viabilidade econômica, mas segue em funcionamento e com laços sólidos entre diversos atores. É importante ressaltar que outras experiências vêm surgindo na região sul do Rio Grande do Sul, inspiradas de alguma forma na VFBT. Por isso, compreender como e porque a feira virtual se manteve mesmo num cenário desfavorável como este, poderá ajudar na construção das demais experiências afora.

4. CONCLUSÕES

A Feira Virtual Bem da Terra é um mecanismo de comercialização de grande relevância para algumas famílias da Agricultura Familiar Regional. Ela passou por alguns momentos de reformulação dos acordos coletivos tanto na organização do trabalho quanto nas margens sobre os produtos e contribuições dos consumidores.

A pesquisa documental permitiu a construção de gráficos que apontaram para três momentos distintos no que diz respeito à comercialização e a observação

participante a crer que existem diversos fatores que fazem com que as pessoas desistam de seguir consumindo na feira virtual.

Em se tratando do projeto de pesquisa, é preciso adaptar o instrumento de coleta de dados, já que foi formulado apenas um para atender às três arenas da FVBT.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CONTERATO, M.; NIEDERLE, P. A.; RADOMSKY, G. F. W.; SCHNEIDER, S. Mercantilização e mercados: a construção da diversidade da agricultura na ruralidade contemporânea. In: (Org.) SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. **Os atores do desenvolvimento rural**. 1. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2011. P. 67-89.

COTRIM, D. S.; FERNANDES, L. A.; SILVA, F. D. A. transição agroecológica em grupos rurais de economia solidária através da extensão rural universitária. **Expressa Extensão**, Pelotas, v. 23, n. 1, p.29-49, 08 jan. 2018.

DIAS, Gabriele et al. Os impactos da implementação da feira virtual sobre os empreendimentos rurais da rede bem da terra. In: CONGRESSO DE EXTENSÃO E CULTURA, 2., 2015, Pelotas. **Anais do II Congresso de Extensão e Cultura da UFPEL**. Pelotas: UFPEL, 2015. v. 5, p. 115 - 118. Disponível em: <wp.ufpel.edu.br/congressoextensao>. Acesso em: 08 fev. 2019.

FBES. **Cirandas**. 2011. Disponível em: <<http://cirandas.net/fbes/o-que-e-o-cirandas>>. Acesso em: 02 ago. 2019.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. Ed. São Paulo: Atlas S. A., 2008.

LONG, N. **Development Sociology: Actor Perspectives**. London: Routledge, 2001.

PORTILHO, Fátima. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. **Política & Sociedade, Florianópolis**, v. 8, n. 15, p.199-224, out. 2009.