

REDES AGROALIMENTARES ALTERNATIVAS: um olhar sobre a central de comercialização da agricultura familiar e economia solidária no Rio Grande do Norte (CECAFES)

ALTERNATIVES AGRIFOOD NETWORKS: a glance at the central of family farming and solidary economy comercialization in Rio Grande do Norte (CECAFES)

Letícia de Souza Amaral¹

UFRN: <https://orcid.org/0000-0002-9946-0407>

Carine de Jesus Santos²

UFRN: <https://orcid.org/0000-0002-6601-3897>

Fernando Bastos Costa³

PPGCS/UFRN: <https://orcid.org/0000-0002-4596-1505>

Joana Tereza Vaz de Moura⁴

PPEUR/UFRN: <https://orcid.org/0000-0001-9561-1063>

Fátima de Lima Torres⁵

CECAFES: <https://orcid.org/0000-0002-5792-5173>

DOI: [10.21680/1982-1662.2021v4n30ID17235](https://doi.org/10.21680/1982-1662.2021v4n30ID17235)

¹ E-mail: leticia.amaral.01@gmail.com

² E-mail: cariny.santos@gmail.com

³ E-mail: fbastosufrn@gmail.com

⁴ E-mail: joanateresa@gmail.com

⁵ E-mail: fatmalima@hotmail.com

Resumo

Este estudo tem por objetivo compreender a formação das Redes Alimentares Alternativas, analisando o caso da Central de Comercialização da Agricultura Familiar e Economia Solidária no Rio Grande do Norte (CECAFES). Para construção deste artigo foi realizada uma revisão bibliográfica a fim de discutir as mudanças no sistema agroalimentar assim como o conceito das redes alimentares alternativas. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com o presidente da organização e o diretor técnico da EMATER. Durante as observações de campo, foi possível dialogar com agricultores e consumidores, assim, a partir dessas informações, foi possível descrever o processo histórico, gestão, comercialização, e, por fim, as oportunidades e desafios da CECAFES. A experiência, apesar de recente, apresenta impactos positivos para os produtores. Foi possível constatar que esses conseguiram romper com a dependência em relação ao atravessador; os produtores são conduzidos a fornecer produtos mais confiáveis, com o objetivo de atender a demanda do seu consumidor; esses agricultores gozam de maior segurança financeira, dado que eles recebem maior parte do dinheiro no curto prazo. No entanto, apesar do êxito da Central, ainda são muitos os desafios, tais como a falta de consumidores conscientes; há a ausência de campanhas para divulgar o espaço; problemas relacionados à logística e a venda de produtos que não são da agricultura familiar.

Palavras-chaves: Redes alimentares alternativas. CECAFES. Agricultores. Consumidores.

Abstract:

Therefore, this study aims to understand the formation of alternative food networks, analyzing the case of the Commercialization Center of Family Agriculture and Solidarity Economy in Rio Grande do Norte. The sources used were: documents and semi-structured interviews with farmers, consumers, and the manager of the organization. With this information's, it was possible to analyze and describe the action of the organization in 2017. The experience, even though very recent, has positive impacts for the producers, for example: they were able to break with dependence on the middleman; producers are led to provide more reliable products, in order to meet the demand of their consumer; these farmers enjoy greater financial

independence as they receive most of the money in the short run. However, despite the Central's success, there are still many challenges such as the lack of public policies that enhance the experience; problems related to seasonality of products; the consumer is not yet properly aware; as well as the lack of campaigns to encourage the consumption of products from family farming.

Key-words: Alternative agrifood networks. CECAES. Farmers. Consumers.

Introdução

Diante da transição do regime alimentar em direção a um modelo mais sustentável - que busca harmonizar a produção, distribuição e comercialização considerando aspectos ambientais, sociais e econômicos - tem-se observado o surgimento de experiências locais, que propõem formas alternativas de distribuir os alimentos. Essas iniciativas estão sendo responsáveis por uma reconexão entre a produção no meio rural e o consumo nas áreas urbanas, deflagrando o que a literatura tem chamado de redes alimentares alternativas. Aponta-se que estas formas de coordenação aumentam a autonomia dos produtores na captura de um maior valor no processo de comercialização, dada a aproximação nas relações geográficas e de confiança entre os agricultores e consumidores, diminuindo, assim, a assimetria de informações.

No mundo, observa-se uma crescente na demanda de produtos de qualidade sendo eles diferenciados do padrão da agricultura convencional. A exemplo disso tem-se os alimentos artesanais e os orgânicos. Este cenário tem aberto uma janela de oportunidade para os produtores familiares, dado que este novo mercado, além de ter maior valor adicionado, está mais associado a economias de escopo do que de escala, o que permite o fortalecimento dos pequenos produtores (WILKINSON, 2008).

No entanto, também é importante observar que empresas do setor alimentar, especialmente redes de supermercados, reagem às novas construções de qualidade e, particularmente, ao foco do marketing na procedência e na rastreabilidade. Esta combinação de expansão imitativa está acentuando a pressão de queda sobre as margens de preços e, dessa forma, diminuindo a margem de lucro do agricultor familiar (GOODMAN, 2017). Compreende-se que os produtos de qualidade não estão

associados apenas a questões técnicas, sendo esses, também, ligados a fatores socioambientais. Dessa forma, faz-se necessário conscientizar os consumidores de que a produção familiar é um critério decisivo para aquisição de alimentos de qualidade.

As Redes Alimentares Alternativas (RAAs) surgem nesse contexto e são utilizadas, aqui, como um termo amplo para abranger as redes emergentes de produtores, consumidores e outros atores que incorporam alternativas ao modo industrial mais padronizado de abastecimento alimentar. Elas aparecem, segundo Goodman (2017), como uma resposta as contradições do insustentável sistema agroalimentar convencional marcado por relações comerciais exploradoras, pautadas em cadeias globais de abastecimento, que se sustentam em seu próprio crescimento e reprodução.

Estas redes têm sido cada vez mais estudadas nos países do norte. No entanto, é necessário ressaltar os casos da América Latina e, em especial, os brasileiros. A construção da relação entre os consumidores e produtores nessa região tem passado por relevantes avanços, sendo possível comprovar a importância desse mercado para resistência da agricultura familiar. Ele tem sido enxergado como uma importante estratégia de desenvolvimento rural para os agricultores à margem dos impérios alimentares. Isto acontece, pois, envolvem produtos de qualidade diferenciada e, também, a possibilidade de driblar mercados competitivos e padronizados (PLOEG, 2008).

Diante disso, este trabalho tem o objetivo de analisar a inserção dos agricultores familiares nessas Redes Alimentares Alternativas, tomado como estudo de caso a Central de Comercialização da Agricultura Familiar no Rio Grande do Norte (CECAFES), localizada em Natal, capital do Rio Grande do Norte. Esse espaço tem se colocado como um canal de comercialização que conecta produtores familiares diretamente com os consumidores.

Para atingir o objetivo proposto, foram adotados os seguintes procedimentos metodológicos: primeiro, foi realizada revisão bibliográfica a fim de fazer uma breve reflexão acerca das transformações do sistema agroalimentar e a formação das Redes Alimentares Alternativas (RAAs). A segunda etapa foi de ordem qualitativa, em que foram realizadas entrevistas semiestruturadas e observações de campo, com o objetivo de conhecer a história da CECAFES, assim como sua gestão, funcionamento,

processo de comercialização, oportunidades e desafios. Foram entrevistados, com um roteiro semiestruturado, a presidente da Central, com quem foi possível discutir a respeito dos pontos citados acima. Também foi entrevistado o diretor técnico da Emater. Esse último foi essencial para compreender o processo histórico da organização. Além desses, durante as observações de campo, foi possível dialogar com produtores e consumidores.

Este trabalho está estruturado em três seções. A primeira refere-se as transformações no sistema agroalimentar. Foi possível trazer uma reflexão sobre essas mudanças e qual espaço tem surgido para os produtores familiares. A segunda trata das Redes Alimentares Alternativas, buscando trazer definições e principais apontamentos acerca dessa temática. O terceiro traz a experiência da CECAFES, destacando seu processo de formação, gestão, comercialização, desafios e oportunidades. Por fim, têm-se as considerações finais deste trabalho e apontamentos para próximas pesquisas.

Discutindo as Transformações do Sistema Agroalimentar

No atual contexto, existe uma importante transformação, proveniente dos últimos anos, no que diz respeito à forma analítica como acontecem os estudos sobre as transformações no sistema agroalimentar. Tais⁶ novidades devem ser situadas no contexto de uma transição mais ampla nas economias rurais, caracterizada, por alguns autores, como a virada de um regime alimentar produtivista para um “pós-produtivista” (ILBERY E BOWLER, 1998), enquanto outros falam do estabelecimento de um novo “paradigma do desenvolvimento rural” (PLOEG 2008).

Os estudos sobre os regimes⁷ alimentares se apresentam como meio de explicar o papel estratégico da agricultura na construção da economia. Por meio dele é possível identificar períodos estáveis, que combinam a acumulação de capital e condições específicas geopolíticas e que atuam favorecendo esse processo. As relações

⁶ Trata-se de um conjunto de atividades que contribuem para a formação e distribuição de produtos alimentares e em consequência, para o cumprimento da função de alimentação humana em uma determinada sociedade (Morales, 2000).

⁷ Friedmann (2009, p.335) definiu um regime como “um conjunto específico de relações, normas, instituições e regras (frequentemente implícitas) em torno das quais as expectativas de todos os atores relevantes convergem”.

contraditórias dentro dos regimes alimentares produzem crise, transformações e transição para regimes sucessores (MCMICHAEL, 2009).

O primeiro regime alimentar (1870-1930) combinou as importações tropicais coloniais para a Europa com grãos básicos e importações de gado das colônias, provisionando emergentes classes industriais europeias, colaborando para consolidação da “oficina do mundo” britânica. Complementando as agriculturas baseadas em monoculturas impostas nas colônias de ocupação (comprometendo seus sistemas alimentares e recursos ecológicos) do século XIX, a Grã-Bretanha terceirizou sua produção de alimentos básicos para colônias de colonização (FRIEDMANN e MCMICHAEL, 1989).

O segundo regime, foi criado no final da década de 1940, sendo identificado como período “fordista”. Nesse período, desenvolveram-se as tecnologias patrocinadas pelo Estado, para garantir o crescimento exponencial da produção de alimentos baratos no período pós-guerra. A partir disso, foi desenvolvido o modelo intensivo de produção agrícola e abastecimento alimentar, que cresceu e conduziu a uma reconfiguração desigual do cenário agrário (MCMICHAEL, 2009).

O terceiro regime alimentar surge como um corresponde ao modelo “liberal produtivista” e ao momento da atual globalização financeira, a partir do final da década de 1980. Com a constituição de um mercado autorregulado dos alimentos, há o desligamento das relações econômicas da região e das pessoas. É necessário enfatizar que a produção de alimentos abundantes e baratos não seria possível sem a contribuição de países em desenvolvimento (FRIEDMANN e MCMICHAEL, 1989).

Com a globalização do sistema agroalimentar e a conseqüente alteração do arcabouço regulatório e institucional, criou-se um novo ambiente concorrencial que ameaçou diretamente a participação da agricultura familiar nessas cadeias através da necessidade crescente de extrair sua lucratividade por meio dos ganhos de escala, tendo nos insumos modernos (genéticos e químicos), nos grandes maquinários e nas inovações tecnológicas a condição básica para manutenção ou entrada nos mercados.

Tornou-se cada vez mais difícil a participação da agricultura familiar nas cadeias tradicionais de commodities. No entanto, o que parece beneficiar esses atores é a sua condição social, que passa a ser vista cada vez mais como uma vantagem estratégica, na medida em que for associado à tradição, à natureza, ao artesanal e ao local um conjunto de valores agora premiado pelo mercado consumidor. Assim, a

possibilidade de novos padrões de qualidade (associado ao artesanal, ao familiar e a valores ambientais) e a certificação desses valores por selos de garantia passa a ser um excelente instrumento para construção social dos novos mercados para a agricultura familiar (WILKINSON, 2003).

Dentro desse processo de globalização e financerização da agricultura, tem-se o surgimento de um importante movimento que segue a contramão do sistema até então desenvolvido, e traz para o debate a valorização da produção sustentável. Os consumidores de alta renda, assim como os produtores, estão cada vez mais conscientes quanto a importância de ter uma produção que traga consigo aspectos referentes a sustentabilidade. Esse processo tem contribuído para superação do modelo hegemônico produtivista da agricultura, que perpassou por uma transição no modelo de desenvolvimento rural. Essa tem sido demonstrada a partir da construção social de novos mercados para os agricultores familiares. Nesse contexto, tem-se o surgimento das Redes Alimentares Alternativas (RAAs) (SCHNEIDER, 2016).

Afinal, o que são as Redes Alimentares Alternativas?

Redes alimentares alternativas (RAAs), também conhecidas como *Alternative Food Networks* (AFNs), tratam de um conjunto abrangente de práticas relacionadas ao abastecimento de alimentos que, no sentido geral, são diferentes dos sistemas alimentares convencionais. Elas constituem fluxos organizados de produtos alimentares que conectam pessoas que estão preocupadas com a moral de suas práticas de consumo e aqueles que querem um preço melhor por sua comida, ou que querem produzir alimentos de maneiras contrárias a lógica de mercado dominante (ou convencional). Além disso, há o comércio justo, alimentos orgânicos locais, regionais e de especialidade, e de lojas de varejo, como mercados de agricultores e esquemas de cestas (MURDOCH et al. 2000). É importante ressaltar que o grau de conscientização socioambiental dos consumidores e produtores no hemisfério norte, apresenta-se como mais consolidado. Isso acontece porque há mais experiências e essas possuem um maior grau de maturação.

As redes agroalimentares alternativas são conceituadas pelos consumidores e produtores, através de uma “virada de qualidade”, indo de encontro ao complexo agroalimentar global. Essa virada tem por trás várias questões, tais como: segurança alimentar, epidemia da obesidade, assim como o valor culinário e estético dos

alimentos. Podem-se citar, também, as externalidades sociais e ambientais, que são associadas à cadeia alimentar convencional. Partindo da discussão que já vem sendo construída ao longo deste trabalho, a qualidade é definida como uma construção social que depende do ambiente social, econômico e político em que tais relações ocorrem que variam de acordo com as condições específicas de espaço e tempo (GOODMAN, 2004).

Ainda buscando definir as Redes Alimentares Alternativas (RAA), tem-se que essas estão associadas aos sistemas de abastecimento alimentares, que são contrárias ao modelo convencional e trazem mais sensibilidade ecológica como traço distintivo. Essas RAAs estão ligadas ao contato direto entre os consumidores e produtores, assim como as relações de confiança entre ambos, a inserção e imersão em um contexto regional e a proximidade entre os locais de produção e consumo (SAGE, 2003).

As redes são caracterizadas por uma cadeia de produção e distribuição curta, integrando as dimensões de proximidade espacial, econômica e social (KEBIR e TORRE 2013). A proximidade não se refere apenas ao sentido geográfico relacionado à como consumidores e produtores estão fisicamente próximos uns dos outros, mas, também, à atenção dada ao apoio econômico das comunidades locais e ao desenvolvimento de relações justas e de confiança entre os atores.

Essas redes são muitas vezes concebidas como sendo em oposição a cadeias alimentares convencionais, lideradas por supermercados. Para melhor compreender isso, o quadro abaixo ilustra as principais diferenças entre as cadeias convencionais e alternativas. As distinções simples entre “alternativas” e redes “convencionais” são cada vez mais contestadas e se tornam difíceis de manterem na prática. No entanto, esse é o nascedouro filosófico da discussão entre essas cadeias (MAYE e KIRWAN, 2011).

Quadro 1 - Distinções entre os conceitos de produção convencional e alternativa

Convencionais	Alternativos
Modernos	Pós-modernos
Manufaturado/processado	Natural/Fresco
Produção em escala	Produção artesanal
Cadeias longas de fornecimento	Cadeias curtas de fornecimento
Curtos externalizados	Custos internalizados

Produtos padronizados	Produtos diferenciados
Hipermercados	Mercados locais
Quantidade	Qualidade
Fast food	Slow food
Agroquímico	Agricultura sustentável/orgânica

Fonte: elaborado com base no artigo Maye e Kirwan (2011)

As RAAs costumam ser associadas a experiências de base, que buscam tratar da reorganização do sistema agroalimentar convencional, em acordo com alguns princípios éticos e morais. Por exemplo, os participantes das RAAs podem estar preocupados com a sustentabilidade ambiental da cadeia de abastecimento, ou sobre a vida sustentável nas comunidades rurais, e ajudar os agricultores locais a proteger suas margens de lucro contra as políticas de preços agressivas realizadas pelas grandes redes de supermercados.

Dentro desse contexto das RAAs, existe uma busca por alimentos que valorizem a identidade cultural. A agricultura apresenta-se como marca da identidade de um local. Essa narrativa cultural traz consigo a preservação das paisagens históricas, conhecimento tácito, artesanatos regionais e as redes de culinária locais. Para isso, tem-se levantado a bandeira da recampezinação. A proposta visa, por intermédio da produção de alimentos de qualidade, revitalizar a sociedade rural e combater as consequências socioambientais do modelo de produção fordista, oriundo da segunda guerra mundial (GOODMAN, 2004).

Em síntese, essas redes são associadas aos seguintes pontos: a) encurtamento das distâncias entre produtores e consumidores; b) tamanho e escala reduzida dos estabelecimentos produtores e pela adoção de técnicas biológicas ou orgânicas, em contraste com as cadeias longas; c) existência de locais de compra e venda direta de alimento; d) compromisso com dimensões sociais, econômicas e ambientais da produção, distribuição e consumo sustentável de alimentos (SCHNEIDER, 2016).

DuPuis e Goodman (2005), apontam que, na América do Norte, os estudos focalizam um potencial das redes agroalimentares como alternativas ao modelo convencional, explorando os aspectos relacionados à sustentabilidade da produção e consumo de orgânicos, assim como questões associadas à segurança e soberania alimentar. Por outro lado, na Europa, as questões discutidas estão associadas ao consumo, direto dos consumidores de acessar produtos limpos e diferenciados (IBERY e

MAYE, 2005).

É necessário ressaltar que o termo “Rede Alimentar Alternativa” é usado de maneira polarizada, como parte de um dualismo entre “convencional e alternativo”. A proposta é que se deve superar essa dicotomia que limita a questão da produção e consumo alimentar como dividido entre as diversas iniciativas “alternativas” que se posicionam contra um “convencional” sistema alimentar. Sendo assim, é possível encontrar formas híbridas, relacionais e complementares de redes alimentares. Constata-se que os consumidores, assim como produtores, acabam que atuando nos mercados alternativos e convencionais, sendo as fronteiras entre ambos difíceis de serem identificadas (SCHNEIDER e GAZOLLA, 2016).

Experiência da Central de comercialização da agricultura familiar do Rio Grande do norte (CECAFES)

a) Processo histórico e gestão ⁸

Desde a década de 1970, a agricultura familiar do Rio Grande do Norte, conhecida na época como de pequena produção, trilhava uma luta que contemplasse a necessidade de criar uma estrutura própria de comercialização. Os movimentos sindicais assumiram um papel central nesta luta. O que se tem é que, inicialmente, essa pauta foi apresentada nos congressos nacionais, estaduais, em que a CONTAG (Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura) esteve à frente.

Nos anos oitenta, durante o governo de Geraldo Melo, a agricultura familiar do estado apresentou o primeiro projeto que visava a criação de um espaço destinado a comercialização do pequeno produtor. O projeto visava inserir a agricultura familiar dentro da estrutura da CEASA. O projeto foi implementado, mas a iniciativa não teve êxito, segundo ele, por problemas relacionados a organização dos agricultores familiares e a logística, que representava e representa, um grande desafio para agricultura familiar do estado. Com a falta de êxito da experiência, os empresários da CEASA foram beneficiados com a estrutura.

Durante os idos de 1990, houve um importante avanço para agricultura familiar do Rio Grande do Norte, com a criação de cooperativas de assistência técnica e extensão rural como, por exemplo, a Terra Viva e a Terra Livre. Essas organizações

⁸ Esse tópico foi escrito com base na entrevista feita com a gestora da CECAFES e o diretor técnico da Emater.

foram fundamentais na construção de um projeto que visasse à comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar aqui do estado.

Com a chegada de um governo de cunho popular, tendo como presidente Luís Inácio Lula da Silva, em 2002, pautas antes colocadas em segundo plano, ganharam maior visibilidade. Sendo assim, demandas históricas dos movimentos sociais do campo ganham alguma notoriedade. Em 2003, com a criação da Secretaria de Desenvolvimento Territorial, iniciou-se o que seria um mecanismo essencial para criação de uma estrutura de comercialização para a agricultura familiar no estado. Foram criados sete territórios no Rio Grande do Norte e existia um diálogo destes com os ministérios. Durante a entrevista com a presidente da CECAFES, ela ilustrou que a discussão sobre uma central de comercialização se fazia presente desde o primeiro ano da criação da política.

A política de Territórios Rurais e da Cidadania surge como uma estratégia para integração e implementação de políticas públicas, que visavam combater a pobreza, reduzir desigualdades sociais, a inclusão produtiva e o fortalecimento da agricultura familiar. Os territórios eram contemplados com o Programa de Apoio a Projetos de Infraestrutura e Serviços em Territórios Rurais (PROINF). Em 2008, cada território retirou duzentos mil reais para a construção da Central.

Apesar de todo esse contexto favorável, cercado por um governo mais voltado aos movimentos sociais, assim como, a abdicação de parte do recurso do PROINF, destinando-o para criação da CECAFES, o que se tinha era uma verdadeira luta, que perdurou anos, até que a mesma estivesse apta para funcionamento.

Em 2010, quando o prédio estava pronto, a central foi interditada pelo Corpo de Bombeiros, pois foram constatados problemas no reservatório de água do local. Diante disso, não foi possível liberar a utilização do espaço sendo, apenas, viabilizada em 2017. Naquele momento, além dos problemas relacionados a estrutura física, pode-se dizer, também, que não se tinha ideia de como seria a logística nem como seria feita a gestão do empreendimento.

No governo Robson Farias, no ano de 2015, foi investido cerca de quinhentos e treze mil reais para reconstruir a estrutura que foi depredada, assim como colocar segurança, com o objetivo de evitar novas depredações. Isto foi essencial para reinauguração do prédio, para que, também, houvesse uma maior mobilização política por parte dos agricultores familiares.

Em 2016 foram lançados os editais para seleção dos agricultores que integrariam a CECAFES. No primeiro momento, o objetivo era compor a estrutura com cooperativas e associações, no entanto, as vagas não foram preenchidas, devido a pouca maturação dessas organizações no estado. Ainda no mesmo ano, foi aberto o edital para selecionar também agricultores individuais, como pode ser observado na fala abaixo. Em 2017, durante o governo Robinson, após uma árdua luta dos movimentos sociais e sindicais, foi possível inaugurar a CECAFES.

O objetivo principal da CECAFES é criar meios para que os agricultores familiares fortaleçam sua presença no mercado e constituam uma relação direta com os consumidores, de modo que seja possível diminuir ou até mesmo excluir a figura do intermediário. Dessa maneira, a Central já foi concebida nos moldes de novas tendências: fomentando a comercialização como uma estrutura de organização de toda a cadeia produtiva (PONTES, 2015).

Para tentar sanar esses gargalos associados a produção familiar, tais como, a dependência da agricultura em relação fatores naturais e à sazonalidade da produção, a Central é dotada de uma estrutura com 5.000 metros quadrados, divididos em 50 barracas, 32 *boxes*, 3 câmaras frias, um estoque seco, uma sala para embalar produtos, dois restaurantes, oito espaços administrativos, dois auditórios e um estacionamento com 80 vagas. São comercializados produtos oriundos da agricultura familiar, como hortaliças, verduras e frutas; produtos secos como castanha, arroz da terra, feijão, milho; produtos processados como geleias, doces, bolos, mel, dentre outros.

No contexto da gestão, a COOAFARN (Cooperativa Central da Agricultura Familiar) apresenta-se como uma cooperativa eleita para representar a sociedade civil, junto ao comitê gestor. Esse é constituído por quinze instituições, sendo elas: Secretaria de Estado de Desenvolvimento Rural e Agricultura familiar (SEDRAF); Instituto de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER/RN); Delegacia Federal do Ministério de Desenvolvimento Agrário (DFMDA); Secretaria de Estado de Assuntos Fundiários e Apoio à Reforma Agrária (SEARA); Central de Abastecimento do Rio Grande do Norte (CEASA); Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Estado do Rio Grande do Norte (FETARN); Federação dos Trabalhadores e Trabalhadoras na Agricultura Familiar do Rio Grande do Norte (FETRAF); Fórum Potiguar de Economia Solidária (FPES); União das Cooperativas da Agricultura Familiar do Rio Grande do

Norte (UNICAFES/RN); Rede de Colegiados Territoriais do Rio Grande do Norte; Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), no Rio Grande do Norte; Central da Agricultura Familiar do Estado do Rio Grande do Norte (COOAFARN); Organização das Cooperativas do Brasil (OCB); Cooperativa de Comercialização Solidária Xique Xique (COOPERXIQUE); Unidade Gestora do Projeto RN Sustentável (UGP RN Sustentável); Articulação do Semiárido Potiguar (ASA). Entre essas instituições o representante da SEDRAF será o coordenador do Comitê Gestor (CG).

b) Comercialização

A organização é apresentada como uma plataforma de negócios, que vai além daquilo que é comercializado no varejo, dentro dos *boxes* e feiras. Ela apresenta oportunidades reais de grandes negócios, destinando seus produtos para o mercado institucional, assim como, para o mercado privado. A CECAFES adere a inúmeras estratégias de comercialização, tais como a venda direta⁹, em que é possível romper com a relação com o atravessador e ter acesso a uma margem de lucro maior; inserção nas feiras na cidade de Natal; comércio eletrônico através do site da Central e o *WhatsApp*, em que é possível o consumidor encomendar os produtos desejados; a venda ao mercado institucional; vendas em feiras, salões e eventos, organizadas por instituições públicas e privadas; entrega para supermercados, lojas especializadas em produtos naturais, restaurantes, pessoas físicas - essas compram e revendem os produtos- e diversas associações.

Em entrevista com a presidente da Central, foi possível constatar o importante papel da COOAFARN. Esta conquistou importantes editais de compras institucionais e mercado privado, trazendo oportunidades para os permissionários da CECAFES. Além do mercado institucional, merece destaque a venda de frutas para as redes de supermercados. Para tal mercado, a CECAFES tem buscado construir a rastreabilidade dos seus produtos, visando ganhar espaço nesse canal de comercialização. Tem-se ainda a comercialização junto a restaurantes, pousadas, hotéis e feiras locais, em que os produtores estão buscando se especializar em produtos limpos, artesanais e diversificados.

⁹ O controle da venda em varejo tem se dado de maneira bastante deficitária. O controle dessa estrutura tem sido um verdadeiro desafio. Atualmente, a Central tem contado com o apoio da Universidade A Universidade Federal do Rio Grande do Norte, por meio do departamento de Ciências Econômicas, em que tem sido desenvolvido um projeto visando realizar o controle daquilo que é vendido dentro da organização.

Em geral, os permissionários não enxergam claramente as oportunidades que são geradas por meio da sua permanência na Central. Muitos deles se queixam que são poucas as vendas, mas compreendem que esse espaço não é destinado apenas para o varejo. Muitos permissionários acessaram outros mercados a partir da sua participação na CECAFES. No entanto, esses ainda não enxergam a relevância do espaço para o escoamento dos seus produtos. Além de servir como vitrine para alcançar novos canais de comercialização, as associações e cooperativas, utilizam o local para estocar seus produtos, que são vendidos dentro do mercado institucional ou privado.

A partir das observações de campo, foi possível constatar que o mercado consumidor da instituição é formado por mulheres, com instrução formal de ensino de nível superior. É um grande desafio atingir as donas de casa da região, sendo necessário utilizar-se de mídias como rádio e televisão para obter esse resultado. Atualmente essa propaganda é feita apenas em redes sociais, *boca a boca* e, eventualmente, a Central aparece em programas da televisão.

De um modo geral, os consumidores apontam que o principal motivo que os levam a consumir na Central, é a garantia de que o produto apresenta um uso menos intensivo de agrotóxicos. No que diz respeito ao produtor, a Central aparece como uma forma de ruptura em relação ao atravessador. Muitos dos agricultores, com destaque para os individuais - que são os que ocupam a maior parte das bancas e vendem produtos de menor valor agregados (produtos in natura) - antes da Central entregavam parte significativa de seus produtos ao intermediário. Este novo meio de comercialização tem contribuído com o aumento na renda do agricultor, pois incorpora o valor que era capturado pelo atravessador.

c) Oportunidades e Desafios

A partir das observações de campo, assim como a entrevista com a presidente da CECAFES, foi possível destacar as principais oportunidades e desafios para os permissionários da organização. Ao começar pela primeira categoria, tem-se que as redes alimentares alternativas conseguem criar dentro da Central uma identidade nos processos produtivos, na produção e conseqüentemente na comercialização dos produtos. Em geral, o consumidor final paga menos e o produtor recebe mais, dado que esse rompe com a relação com o atravessador. Diante desse contexto, o preço final torna-se “justo”. Isso acontece graças a relação direta entre o consumidor e o produtor.

Em um contexto marcado pela dependência com o atravessador, em que o agricultor familiar tem um baixo poder de barganha, a CECAFES surge como uma forma de garantir maior rentabilidade e segurança financeira para os seus produtores. Esses podem comercializar seus produtos por um valor maior e recebem a garantia de que vão ser pagos. O prazo para o pagamento varia de acordo com a modalidade de venda. Caso seja por meio de compras públicas, o prazo pode se estender em até trinta dias e, se tratando das feiras, sete dias, dado que o recebimento é mensal.

A busca por produtos saudáveis tem contribuído para que os produtores assumam práticas mais sustentáveis de produção. Esse processo tem colaborado com a transição agroecológica de parte dos produtores. Ao passar comercializar produtos limpos, os agricultores aderem a uma técnica de agregação de valor e passam a receber uma melhor remuneração por seus produtos.

Outro ponto positivo que se deve destacar é o processo de fidelização. O espaço proporciona aos agricultores um contato direto com seus consumidores, de modo que, esses constroem uma relação de confiança com produtores. Essa conexão permite que o comprador conheça a origem do seu produto. A partir desse contato direto é desenvolvida uma relação de proximidade entre esses dois atores. Isso garante ao permissionário um canal de comercialização consolidado e, ao consumidor, alimentos de qualidade por um preço justo.

Em relação aos desafios presentes no cotidiano dos permissionários, destacam-se as quebras no fluxo de compra, começando no ano de 2017. Os agricultores enfrentaram problemas severos em relação às férias de julho e dezembro. Para a presidente, ambas simbolizaram grande quebras para o agricultor, tendo em vista que seus consumidores estavam veraneando. Em sua fala, é possível observar que muitos não arrecadavam nem o mínimo para arcar com as suas despesas, “ele gastava cinquenta reais por dia e chegava aqui vendia trinta. Ele gastava cinquenta reais só de transporte pra chegar aqui. Se ele comesse aqui ainda era maior”.

Uma grande dificuldade para comercialização dos produtos é logística. Muitos produtores não contam com recursos necessários para o deslocamento, o que acaba excluindo os mesmos desse processo. Atualmente, a Central oferece o frete para os produtos que lá são vendidos, cujo percurso percorrido para pegar os alimentos chega a 700 km. O caminhão foi cedido pelo Governo do Estado do Rio Grande do Norte,

assim como o combustível e o motorista. Apesar de haver uma rota com o caminhão da Central, os produtores custeiam a gasolina e a depreciação do veículo. O último é calculado a partir do quilômetro rodado pelo caminhão. O veículo não atende aos permissionários que vivem na Grande Natal, de modo que, esses devem se responsabilizar pelo transporte dos seus produtos.

Muitos dos que fazem parte da instituição não compreendem a dimensão política que ela representa e isso, de maneira bastante significativa, enfraquece o movimento como um todo. A organização é fruto de uma luta de várias instituições ligadas a agricultura familiar por um espaço de comercialização destinado apenas para agricultura familiar. Faz-se necessário que os produtores tenham consciência em relação a isso e preservem esse espaço com alimentos vindos apenas da produção familiar. É de conhecimento geral que parte dos agricultores ainda não trazem para si as lutas da produção familiar. Isso fica evidente quando parcela dos agricultores familiares compram seus produtos na CEASA e não se preocupam em comercializar produtos diferenciados, pautados em uma agricultura mais sustentável.

A partir do diálogo com os permissionários, constata-se que, apesar de todo o potencial que a organização possui dada sua estrutura e localização, a falta de divulgação do empreendimento faz com que os consumidores desconheçam a existência da iniciativa. A presidente pontuou que nos momentos em que a televisão mostrou o espaço, houve aumentos significativos na comercialização dos produtos no mesmo período. Um ponto que merece destaque é que por intermédio da propaganda, se faz necessário informar aos consumidores a necessidade de comprar alimentos da agricultura familiar com o objetivo de fazer com que eles busquem fortalecer esse segmento e criem uma relação direta com os produtores familiares. Atualmente, a divulgação dos produtos da Central ocorre por meio das redes sociais, site, boca a boca e, ocasionalmente, por meio das redes de televisão local.

Em relação aos consumidores da CECAFES, esses são preocupados com a aquisição de alimentos saudáveis, que possam garantir qualidade de vida e longevidade. Quando questionados sobre quais motivos os levam comprar seus produtos na Central, esses destacam apenas a questão da saúde. O compromisso socioambiental não costuma aparecer na fala desses compradores, de modo que, esses ainda são considerados pouco conscientes quanto ao seu papel de colaborar com o desenvolvimento de uma agricultura sustentável e que vise garantir benefícios não só

para eles, mas também para os agricultores e o meio ambiente.

Considerações finais

A crise no sistema agroalimentar abre espaço para o debate de um novo desenvolvimento rural, em cujos pilares estão centrados além de uma visão meramente econômica, buscando agora apoiar-se em perspectivas socioambientais. Esses princípios estão baseados em autonomia, solidariedade, confiança, qualidade do produto, preservação ambiental, valorização cultural e justiça social. Nesse contexto, surgem então as Redes Alimentares Alternativas, capazes de desempenhar um papel duradouro e significativo no processo de desenvolvimento rural e agrário.

O desenvolvimento das RAAs está, no mínimo, remodelando o espaço rural através da criação de nichos e de novas estruturas organizacionais espaciais e redes que competem com os sistemas produtivos mais padronizados estabelecidos no setor convencional. Essas têm oferecidos aos agricultores familiares uma possibilidade real de inserção no mercado, por meio de uma aproximação com o seu consumidor final.

Análises em profundidade da experiência sugerem que, para sustentar o desenvolvimento rural através do redes alimentares alternativas, são necessários apoio institucional e novas formas de associativismo, envolvendo uma gama de atores operando nessas cadeias e nas redes que as circundam. Além disso, essas relações devem modificar-se e reconfigurar-se ao longo do tempo e do espaço.

O caso da CECAFES evidencia uma iniciativa bem sucedida dentro da retomada da valorização da relação produtor-consumidor, a partir dos conceitos de qualidade do produto e o fortalecimento da relação de confiança. Apesar do êxito da experiência, ainda são muitos os desafios, tais quais: quebra do fluxo de compras no período de férias; logística pouco eficiente; baixo investimento em propaganda; os agricultores são pouco conscientes quanto a necessidade de preservar o espaço, com a comercialização de produtos apenas da agricultura familiar; e por fim, a presença de consumidores pouco conscientes.

Para próximas pesquisas, espera-se mais um aprofundamento sobre o estudo da CECAFES existindo inúmeras questões que merecem ser respondidas, referentes aos permissionários e consumidores, destacando qual papel esses atores assumem dentro das redes alimentares alternativas. Sendo ainda um importante ponto a ser analisado, as contribuições dessa instituição para o desenvolvimento de Circuitos Curtos de

Comercialização no Rio Grande do Norte, modalidade de comercialização própria das RAAs.

Referências

- DUPUIS, E. M.; GOODMAN, D. Should we go “home” to eat?: toward a reflexive politics of localism. *Journal of Rural Studies*, n. 21, p. 359-371, 2005
- FRIEDMANN, H.; MCMICHAEL, P. Agriculture and the state system: the rise and fall of national agricultures, 1870 to the present. *Sociologia Ruralis*, v.29, n.2, p.93-117, 1989.
- GOODMAN, D. Rural Europe Redux? Reflections on alternative agro-food networks and paradigm change. *Sociologia Ruralis*, v.44, n.1, p. 3-16, fev. 2004.
- GOODMAN, D. Espaço e lugar nas redes alimentares alternativas: conectando produção e consumo. In: Schneider, S.; Gazolla, M. (org.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. p.259-280.
- GOODMAN, D. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, n. 19, n.1, p.1-7, jan. 2003.
- KEBIR, L. Y.; TORRE, A. Geographical proximity and new short supply food chain. In: LAZZERETTI, L. (ed). *Creative Industries and Innovation in Europe, Concepts, Measures, and Comparative Case Studies*. Routledge: N. York, 2013. p.328.
- MAYE, D.; KIRWAN, J. *Alternative food networks: a review of research*. In: Grassroots movements for alternative, convivial and local consumption. Desclée De Brouwer, Paris, pp. 147-168, 2011.
- MCMICHAEL, P. A food regime genealogy. *The Journal of Peasant Studies*, v.36, n.1, p.139-169, may. 2009.
- MURDOCH, J.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Quality, nature, and embeddedness: some theoretical considerations in the context of the food sector. *Economic Geography*, v.76, n.2, p.107-125, feb. 2009.
- PLOEG, J. D. V. D. P. **Camponeses e Impérios Alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização**. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2008. p.376.
- SAGE, C. Social embeddedness and relations of regard: alternative ‘good food’ networks in south-west Ireland. *Journal of Rural Studies*, v.19, n.1, p.47-60, jan. 2003.
- SCHNEIDER, S. Mercados e Agricultura Familiar. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. **Construção de Mercados e Agricultura Familiar: Desafios para o Desenvolvimento Rural**. Porto Alegre: UFRGS, 2016. p. 93-140.
- WILKINSON, J. A agricultura familiar ante o novo padrão de competitividade do sistema agroalimentar na América Latina. *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, v.1, n.21, p 62-87, out. 2003.
- WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar**. Porto Alegre: UFRGS, 2008. p.212.

Recebido: 28 Mar 2019

Aceito: 27 Jun 2019