

## **CIRCUITO CURTO DE COMERCIALIZAÇÃO: UMA ANÁLISE SOBRE O GRUPO DE CONSUMO NO IFPA-CAMPUS CASTANHAL**

**Camila Garcia Freitas**

IFPA, Campus Castanhal/camilagarcia.f@hotmail.com

**Brenda Stephanie de Oliveira**

IFPA, Campus Castanhal/brenda-chavante@hotmail.com

**Josimar cunha Vasconcelos**

IFPA, Campus Castanhal/josimarbab@gmail.com

**Marta Laura Noronha Gonçalves**

IFPA, Campus Castanhal/martanoronha13@gmail.com

**Romier Paixão Sousa**

IFPA, Campus Castanhal/romier.sousa.ifpa@gmail.com

**Área Temática VI: Economia Solidária, Cooperativismo e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares**

**Modalidade: Resumo Expandido**

### **1. Introdução**

Diante dos diversos problemas e impactos gerados pelo uso de alimentos contaminados com agrotóxicos, fruto de uma agricultura cada vez mais afastada da natureza, inúmeros consumidores buscam cada vez mais por alimentos limpos e de qualidade. Nesta lógica a agroecologia propõe a prática de uma agricultura ecológica com modelos mais sustentáveis que garantam segurança e soberania alimentar, além do uso potencial do ambiente pelas futuras gerações e a inclusão social de agricultores e agricultoras em mercados alternativos (RENTING *et al.*, 2003; GUZMÁN *et al.*, 2012).

A partir da abordagem agroecológica, tem sido cada vez mais importante pensar em estratégias sistêmicas que abordem a ampliação, distribuição e comercialização de alimentos mais saudáveis (BUCK *et al.*, 1997). Surgem assim propostas como os canais curtos de comercialização, através de formas diversas como: feiras, venda direta, circuito curto, mercados institucionais e/ou alternativos (como o agroecológico), dentre outros (ROZENDO, 2017).

Neste contexto de crescente aumento dos mercados alternativos para os produtos orgânicos e/ou agroecológico, muitos desafios aparecem. Um deles é a garantia de mercados mais duradouros. Ganha destaque a prática de circuitos curtos de comercialização que proporciona maior interação direta entre produtores e consumidores (GALLAR, 2011).

No Brasil já existem sinais de crescimento da comercialização em circuitos curtos. Pesquisa realizada em 2017 pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) identificou 739 feiras ecológicas, distribuídas por todas as regiões: Sudeste 35,5%, Sul 28,8%, Nordeste 23,2%, Centro-Oeste 9,7% e Norte 2,8%. (FERREIRA e CEPOLINI, 2018). Estudo realizado por Darolt (2013) aponta que onde a agricultura familiar está mais presente as vendas diretas são mais pronunciadas, e que os consumidores comprariam mais alimentos ecológicos se houvesse um maior número de feiras próximas às suas residências.

Desta forma, os circuitos curtos de comercialização estabelecem relações de poder dentro da rede alimentar entre produtores e consumidores tirando a figura do “atravessador”, com destaque para a qualidade do produto junto a um relacionamento direto e interdependente entre agricultores e consumidores, além de fomentar a economia local, redistribuindo o poder a favor de agricultores e consumidores (DAROLT, 2012).

Um importante propulsor para experiências em circuito curto são os grupos de consumo responsável (GCR), iniciativas inovadoras caracterizadas por um processo social de resistência às práticas convencionais de produção e comercialização. Este tipo de grupo tem aumentado cada vez mais no país e trazem à tona reflexões sobre o que significa o consumo na sociedade e o papel do consumidor numa teia de relações sociais, ambientais e econômicas que permeiam a aquisição de bens e serviços (BENSADON, 2016).

Diante disso, o objetivo deste trabalho é fazer uma análise acerca do grupo de consumo do projeto circuito curto no Instituto Federal do Pará /Campus castanhal – IFPA- realizado em parceria com a Cooperativa Agropecuária dos Produtores Familiares Irituienses – D`Irituia.

## **2. Metodologia**

O projeto está pautado pelo princípio da pesquisa-ação, onde segundo Thiollent (1985, p.14) ressalta que os pesquisadores e os participantes representativos da situação da realidade a ser investigada estão envolvidos de modo cooperativo e participativo. Consiste na resolução e esclarecimento dos problemas de uma sociedade local e na produção de conhecimentos pelos pesquisadores e sujeitos diretamente envolvidos na comunidade local.

O grupo de consumo em estudo iniciou seu funcionamento através de um projeto de circuito curto de comercialização realizando em parceria do Núcleo de Estudos em Educação e Agroecologia (NEA) do IFPA – Campus Castanhal com a Cooperativa de Irituia – PA. A forma de comunicação entre o grupo de consumidores e os produtores se dá principalmente

por aplicativo de mensagens onde existe um grupo denominado “grupo de consumo” que serve como canal mais prático de informação e comunicação.

Desta forma os cooperados disponibilizam uma lista de produtos. Essa lista é compartilhada por aplicativo de mensagens com os consumidores que então montam seu pedido que é denominado “paneiro agroecológico”.

Em data preestabelecida a cooperativa entrega os produtos anteriormente solicitados, na sala do (NEA) onde a equipe composta por discentes do IFPA Castanhal montam os “paneiros agroecológicos” com os pedidos de cada consumidor e aguardam que estes venham buscá-los.

Os dados coletados foram tabulados e analisados por estatística descritiva, em uma planilha eletrônica do programa Microsoft Office Excel, versão 2016.

### 3. Resultados e Discussões

O grupo de consumo surgiu a partir de uma demanda para atender a um projeto que estava sendo implantado (Encurtando Caminhos entre Produtores e Consumidores”: Ação Teste de Comercialização de Produtos Orgânicos no Nordeste Paraense), e atualmente tem 57 membros. Porém, somente 13 membros efetuam pedidos regulares, tendo uma média de 8 - 15 paneiros a cada momento em que é disponibilizada a lista de pedidos. Já foram entregues 154 “paneiros agroecológicos” divididos em 14 entregas coletivas.

Atualmente a lista disponibilizada contempla 63 produtos, subdivididos de acordo com a categoria pertencente (Tabela 1). Contudo, mas a disponibilidade dos produtos obedece a sazonalidade dos mesmos, não sendo ofertado os 63 de uma única vez. Os produtos são comercializados em maior ou menor quantidade de acordo com a demanda do consumidor.

**Tabela 1:** Tabela de distribuição por categoria dos alimentos

CATEGORIA	UNIDADE	PRODUTOS
HORTALIÇAS	Maço	alface, cariru, coentro, couve, feijão de corda.
LEGUMES	Kg	Jerimum; macaxeira ; maxixe; pepino; batata doce.
FRUTAS IN NATURA	Unidade/ Kg/pct	Abacaxi; banana; banana chifre de boi coco verde; coco seco; cupuaçu jaca; laranja; limão; tangerina; mamão; pupunha in natura tomate cereja;.
POLPAS DE FRUTAS	Kg	Polpas de goiaba; abacaxi; cupuaçu; caju; maracujá ; acerola; muruci; macaxeira; cacau; taperebá; graviola; bacuri.

ORÍGEM ANIMAL	Unidade/ Kg/L/pote	Ovos caipiras; queijo; frango caipira; mel de abelha; manteiga de garrafa; doce de leite.
DERIVADOS DA MANDIOCA	Unidade/ Kg/L	Farinha d'água; farinha de tapioca; farinha para farofa; goma; tucupi cozido; beiju xica; beiju de folha; maniçoba.
DIVERSOS	Unidade/ Kg/L/Pct	Pão de queijo; pão de queijo de macaxeira; doce de cupuaçu; café; café torrado; biscoitos de gengibre; biscoitos de café; biscoitos de castanha-do-pará; pimentinha verde, cachaça jambu; feijão caupi.

Mesmo com a diversidade que a Tabela 1 apresenta, tem-se os produtos mais requisitados entre as categorias. No caso das hortaliças temos o coentro com total de 150 maços, nos legumes, a macaxeira foi a que mais se destacou, entre as frutas in natura, recebem destaque a laranja (131 pcts), nas polpas de fruta o destaque é para a polpa de cacau que representa 23% dos pedidos nessa categoria, os de origem animal traz resultados de alta demanda por ovos caipira, na categoria de derivados da mandioca destaca-se como maior requerida a farinha para farofa, e por último na categoria diversos a cachaça de jambu foi o produto mais requisitado.

A distribuição das demandas atrela-se ao hábito alimentar dos consumidores, pois, este fator irá deliberar o que e em que quantidade os produtos serão requeridos para consumo, além da satisfação dos mesmos com um determinado produto em se tratando de preço, ou outra característica que venha a influenciar o consumo. Segundo Barros e Carvalho, (2017) O hábito alimentar é um instrumento para a representação de culturas, por parte dos indivíduos, estes são influenciadores na compra de alimentos, chegando a influenciar comportamentos de outros consumidores.

O grupo de consumo existente no IFPA além de proporcionar a compra de produtos livres de agrotóxicos, também se mostrou como um importante instrumento para a redução de gasto. Em estudo realizado no município de Castanhal (CHAVANTE, *et al.*, 2017) constatou que uma cesta com os produtos convencionais oferecidos pelas redes de supermercados custa em média 11% a mais que um paneiro agroecológico com os mesmos produtos orgânicos ou em transição agroecológica ofertados no projeto pela cooperativa.

#### 4. Considerações Finais

O grupo de consumo, mesmo como uma experiência inicial, apresenta uma demanda considerável por alimentos, trazendo além de benefícios como a aquisição de alimentos mais saudáveis e mais baratos, proporciona o fomento a agricultura família local no

Nordeste Paraense, pois a forma de compra através de circuito curto retira “atravessador” como intermediário na relação e garante ao produtor um preço mais justo para seus produtos.

A experiência funciona como importante incentivadora para novas formas de comercialização onde desmitifica a teoria que comer com mais qualidade é algo caro e cria uma relação de confiança e segurança entre o agricultor e consumidor.

## 5. Agradecimentos (opcional)

Agradecemos ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) este que é o órgão financiado do projeto, a Cooperativa de Irituia parceira no projeto, ao Núcleo de Estudos em Educação e Agroecologia na Amazônia (NEA) que idealizou e orienta o projeto e ao Instituto Federal do Pará Campus Castanhal que sede o espaço para realização do projeto.

## 6. Referências Bibliográficas

BARROS, A. C. S.; CARVALHO, C. T. **A sociedade de consumo e a cultura de massa no mundo pós-moderno de Clube de Luta.** Disponível em: [http://www.revistapensar.com.br/comunicacao/pasta\\_upload/artigos/a25.pdf](http://www.revistapensar.com.br/comunicacao/pasta_upload/artigos/a25.pdf). Acesso em: 26 de junho de 2017.

BENSADON, L. S.; MASCARENHAS, T. S.; GONÇALVES, J. **A atuação dos grupos de consumo responsável no Brasil: expressões de práticas de resistência e intercâmbios em rede.** Revista Antropolítica, n. 41, Niterói, p.205-232, 2. sem. 2016.

CHAVANTE, B. S. O.; FREITAS, C. G.; GONÇALVES, M. L. N. S.; VASCONCELOS, J. C.; SOUSA, R. P.; AMARAL, W. R. S. **Desconstruindo a ideia de que o bom sempre é caro”: análise comparativa entre os preços de produtos orgânicos e convencionais no município de Castanhal - PA.** VI Congresso Latino-Americano, X Congresso Brasileiro e V Seminário do DF e Entorno de Agroecologia, Brasília-DF, Brasil. 2017.

BUCK D.; GETZ C.; GUTHMAN J. From farm to table: The organic vegetable commodity chain of northern California. *Sociologia Ruralis*, 37, 3-20, 1997. doi: 10.1111/1467-9523.00033.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A. **A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês.** *Agriculturas*. v. 10 - n. 2 • junho de 2013.

GALLAR, Devid. **Sistemas Agroalimentares agroecológicos.** Baeza: ISEC/UPO, 2011.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da Pesquisa-Ação.** São Paulo: Cortez, 1985.

RENTING, H.; MARSDEN, T. K.; BANKS, J. Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chains in Rural Development. *Environment and Planning A*, 35, 393-411, 2003. doi:10.1068/a3510.

GUZMÁN. E. S.; MONTIEL, M. S.; HERNÁNDEZ, D. G.; SÁNCHEZ, I. V.; COLLADO, A. C. Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía. Espanha: Fundación Pública Andaluza, Centro de Estudios Andaluces, 2012.

ROZENDO, C. **Limites e possibilidades dos circuitos curtos enquanto estratégia de desenvolvimento: O caso do Programa de Aquisição de Alimentos em APODI –RN.** 41<sup>0</sup> Encontro Anual ANPOCS. 2017.

THRUPP, L. N.; COLOZZA, D.; CHOPTIANY, J. **The influence of food systems on the adoption of agroecological practices: Political-economic Factors that hinder or Facilitate change.** In.: **FAO - Food and Agriculture Organization of the United Nations. Agroecology for food Security And nutrition Proceedings of the FAO international symposium.** Italy: FAO, 2014.