



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
NÚCLEO DE MEIO AMBIENTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE RECURSOS
NATURAIS E DESENVOLVIMENTO LOCAL NA AMAZÔNIA



TÁRSIS NEY CASTELO BRANCO BARROS MAGALHÃES

**CONSTRUÇÃO SOCIAL DO MERCADO AGROECOLÓGICO COM BASE EM
CIRCUITOS DE PROXIMIDADE: EXPERIÊNCIA DO GRUPO PARA
CONSUMO AGROECOLÓGICO (GRUCA)**

BELÉM

2023

TÁRSIS NEY CASTELO BRANCO BARROS MAGALHÃES

**CONSTRUÇÃO SOCIAL DO MERCADO AGROECOLÓGICO COM BASE EM
CIRCUITOS DE PROXIMIDADE: EXPERIÊNCIA DO GRUPO PARA
CONSUMO AGROECOLÓGICO (GRUCA)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Gestão de Recursos Naturais e Desenvolvimento Local na Amazônia, Núcleo de Meio Ambiente, Universidade Federal do Pará como parte dos requisitos necessários para obtenção do Título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Aquiles Vasconcelos Simões.

Coorientador: Prof. Dr. Mário Vasconcellos Sobrinho

BELÉM

2023

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com
ISBDSistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a)
autor(a)**

M188c Magalhães, Társis Ney Castelo Branco Barros.
Construção social do mercado agroecológico com base
em circuitos de proximidade : experiência do grupo para
consumo agroecológico (GRUCA) / Társis Ney Castelo
Branco Barros Magalhães. — 2023.
159 f. : il. color.

Orientador(a): Prof. Dr. Aquiles Vasconcelos Simões
Coorientador(a): Prof. Dr. Mário Vasconcellos Sobrinho
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará, Núcleo
do Meio Ambiente, Programa de Pós-Graduação em Gestão de
Recursos Naturais e Desenvolvimento Local na Amazônia,
Belém, 2023.

1. Sistemas Agroalimentares Locais. 2. Comércio Justo.
3. Economia Solidária. I. Título.

CDD 339.47098115

TÁRSIS NEY CASTELO BRANCO BARROS MAGALHÃES

**CONSTRUÇÃO SOCIAL DO MERCADO AGROECOLÓGICO COM BASE EM
CIRCUITOS DE PROXIMIDADE: EXPERIÊNCIA DO GRUPO PARA
CONSUMO AGROECOLÓGICO (GRUCA)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Gestão de Recursos Naturais e Desenvolvimento Local na Amazônia, Núcleo de Meio Ambiente, Universidade Federal do Pará como parte dos requisitos necessários para obtenção do Título de Mestre.

Área de Concentração: Uso e Aproveitamento dos Recursos Naturais

Defendido e aprovado em: 25 / 01 / 2023

Conceito: _____

Banca examinadora:

Prof. Dr. Aquiles Vasconcelos Simões. - Orientador
Doutor em Ciências Rurais
Universidade Federal do Pará (UFPA)

Prof. Dr. Daniel Araújo Sombra Soares - Membro Interno
Doutor em Geografia
Universidade Federal do Pará (UFPA)

Prof. Dr. Fernando Michelotti - Membro Externo
Doutor em Planejamento Urbano e Regional
Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (UNIFESSPA)

DEDICATÓRIA

Ao meu trio de mulheres guerreiras:
À minha mãe, Hellen Glauca
À minha avó, Luiza Maria
À minha companheira, Rosana Oliveira

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente a Deus, pelo dom da vida e por ter me proporcionado chegar até aqui.

Aos meus dois grandes amores maternos, à minha mãe Hellen Glauca Castelo Branco Barros, pela mãe exemplar, que sempre esteve ao meu lado em todos os momentos da minha vida, sempre acreditou em mim e me ajudou de todas as formas possíveis. E agradeço em especial à minha avó, Luiza Maria Castelo Branco, que nunca mediu esforços para me ajudar a alcançar meus objetivos.

Agradeço à minha companheira e amada Rosana Esther Oliveira da Silva, pelo amor, pela dedicação, pela presença a cada dia, me apoiando, dando forças e energias positivas em todos os momentos e que foi essencial para que eu alcançasse minhas metas.

Aos meus familiares, ao meu irmão Glauco, às minhas tias Liza e Lyzandra, ao meu padrinho José Ribamar, ao meu tio Allan e ao meu padrasto Evaldo, todos que sempre foram essenciais na minha vida.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Aquiles Vasconcelos Simões, por todas as orientações ao longo desta caminhada. E por ter me proporcionado a construção de novos olhares para diversas realidades através da temática do presente estudo. Minha gratidão pela oportunidade de desenvolver este trabalho.

Ao meu coorientador, Prof. Dr. Mário Vasconcellos Sobrinho, pela atenção, correções e reflexões acerca das possibilidades de produtos, foi muito pontual em suas colocações.

Gratidão também ao Prof. Dr. Daniel Araújo Sombra Soares, que sempre me orientou quando necessitei e me instruiu da melhor forma possível, foi um grande mentor na construção dos mapas, meus sinceros agradecimentos.

Ao Prof. Dr. Fabiano Bringel, da Universidade do Estado do Pará por suas colocações e sugestões durante a qualificação. E ao Prof. Dr. Fernando Michelotti da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará, pelas orientações acerca da reorganização dos tópicos durante a Defesa de Mestrado.

Ao agricultor, idealizador e articulador Noel Gonzaga e toda equipe de gestão do Grupo para Consumo Agroecológico - GRUCA, que me auxiliaram e deram todo o suporte na coleta de dados e contato com os produtores. Aos produtores do Assentamento Paulo Fonteles (Sra. Neuziane, Sr. Miguel e os familiares de ambos) e do Assentamento Abril Vermelho, no Sítio São Jorge (Sra. Antônia e sua família), pela acolhida em suas casas, pelas rodas de conversa, caminhadas e troca de saberes.

Ao Grupo de Estudos Diversidade Socioagroambiental na Amazônia (GEDAF), às minhas colegas da pesquisa de campo, Beatriz Aviz, Gabrielle Souza e em especial à Tayná Portilho, que me deu um suporte essencial na construção da cartilha.

Agradeço à toda equipe de professores do Núcleo de Meio Ambiente (NUMA/UFPA) e do Programa de Pós-Graduação em Gestão de Recursos Naturais e Desenvolvimento Local na Amazônia (PPGEDAM), por ter proporcionado um curso interdisciplinar tão incrível e que me permitiu adquirir conhecimentos capazes de proporcionar novos olhares para o nosso modo de vida e para o meio ambiente.

RESUMO

A segurança alimentar e nutricional é uma questão muito recorrente e de grande relevância, principalmente com a amplitude das competições entre os sistemas produtivos capitalistas. Desse modo, a agricultura familiar buscou alternativas que sejam viáveis para garantia de sua estrutura logística e mercadológica. Os grupos de consumo responsáveis são uma dessas alternativas, pois tem vertentes pautadas na participação conjunta entre produtores e consumidores de forma a garantir a justiça social, a alimentação saudável, o respeito, a preservação cultural e possibilidade de troca de saberes. A pesquisa buscou estudar os mercados agroecológicos alternativos, mais especificamente o GRUCA (Grupo para Consumo Agroecológico), que é um grupo de consumo responsável da Região Metropolitana de Belém (RMB). E teve como objetivo descrever a experiência do GRUCA, demonstrando como vem ocorrendo a construção social do mercado agroecológico, buscando como desafio melhorias na autogestão. A metodologia da pesquisa consiste em um estudo de caso, com o objetivo exploratório e abordagem qualitativa. Foram realizados estudos referentes à etnografia dos produtores e consumidores do GRUCA, da diversidade socioprodutiva e seus fluxos mercadológicos. Os dados foram obtidos a partir das modalidades de pesquisa: bibliográfica, de campo e observação participante; também através dos formulários de pesquisa e análises dos dados da plataforma digital do grupo. Como resultados chegou-se à conclusão de que o GRUCA apresenta uma contribuição para o desenvolvimento local que vai além do mercado meramente comercial, pois ele estreita os laços de familiaridade, confiança e afeto entre seus atores, quanto aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU, o grupo está de acordo com o ODS nº 12 (Consumo e Produção Responsáveis), mas ele não se enquadra no ODS nº 2 (Fome Zero e Agricultura Sustentável), pois a construção social de seus consumidores é composta por uma seleta parcela social, onde a maioria dos consumidores possuem poder aquisitivo alto, e este objetivo visa o combate à fome voltado para esferas sociais mais carentes. O que implica a busca de estratégias para que o consumo responsável atinja outras classes sociais também, pois ainda se encontra pouco inclusivo. Como produtos da dissertação, foram produzidos: cartilha digital, cartografia socioprodutiva, resumos executivos e instrução normativa.

Palavras-chave: Sistemas Agroalimentares Locais; Comércio Justo; Economia Solidária.

ABSTRACT

Food and nutrition security is a very recurrent issue of great relevance, especially with the extent of competition between capitalist production systems. In this way, family farming has sought alternatives that are viable to guarantee its logistical and marketing structure. Responsible consumption groups are one of these alternatives, as it has aspects based on the joint participation of producers and consumers in order to guarantee social justice, healthy food, respect, cultural preservation and the possibility of exchanging knowledge. The research sought to study alternative agroecological markets, more specifically the GRUCA (Group for Agroecological Consumption), which is a responsible consumption group in the Metropolitan Region of Belém (RMB). And it aimed to describe the experience of GRUCA, demonstrating how the social construction of the agroecological market has been taking place, seeking improvements in self-management as a challenge. The research methodology consists of a case study, with an exploratory objective and a qualitative approach. Studies were carried out regarding the ethnography of GRUCA producers and consumers, socio-productive diversity and their marketing flows. Data were obtained from the research modalities: bibliographical, fieldworks and participant observation; also, through survey forms and data analysis on the group's digital platform. Outcomes shows that GRUCA makes a contribution to local development that goes beyond the merely commercial market, as it strengthens the bonds of familiarity, trust and affection between its actors, regarding the UN Sustainable Development Goals, the group complies with SDG n° 12 (Responsible Consumption and Production), but it does not fit SDG n° 2 (Zero Hunger and Sustainable Agriculture), since the social construction of its consumers is composed of a select social portion, where most consumers have high purchasing power, and this goal aims to combat hunger aimed at the poorest social spheres. This implies the search for strategies for responsible consumption to reach other social classes as well, as it is still not very inclusive. As products of the dissertation, were produced: digital booklet, socio-productive cartography, executive summary and normative instruction.

Keywords: Local Agrifood Systems; Fair Trade; Solidarity Economy.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

| | | |
|------------|---|----|
| Figura 1 - | ODS que o trabalho busca atender | 21 |
| Figura 2 - | Tipologia de circuitos curtos de comercialização de produtos agroecológicos | 39 |
| Figura 3 - | Movimentações iniciais do GRUCA e seus painéis | 53 |
| Figura 4 - | Postagem utilizada pra fazer a divulgação das vivências | 56 |
| Figura 5 - | Passo a passo das etapas produtivas utilizadas na vivência para a produção de carne de jaca | 61 |
| Figura 6 - | Carne de Jaca disponibilizada no sistema de pedidos dos painéis do GRUCA | 62 |
| Figura 7 - | Fluxograma e relações entre as redes de parceiros do GRUCA, sua gestão e os consumidores | 67 |

GRÁFICOS

| | | |
|--------------|---|----|
| Gráfico 1 - | Estabelecimentos Agropecuários com base no tamanho, no município de Belém, estado do Pará. | 26 |
| Gráfico 2 - | Distribuição percentual da Segurança Alimentar e dos níveis de Insegurança Alimentar (IA) no Brasil e macrorregiões, durante o período 2021/2022. | 28 |
| Gráfico 3 - | Comparativo dos níveis de segurança alimentar na Região Metropolitana de Belém (RMB), Brasil e outras Regiões Metropolitanas (RMs). | 31 |
| Gráfico 4 - | Grau de escolaridade dos produtores parceiros do GRUCA que foram entrevistados | 71 |
| Gráfico 5 - | Porcentagem de produtores parceiros do GRUCA com base no gênero | 72 |
| Gráfico 6 - | Organização das categorias de produtos presentes no site e a respectiva quantidade de produtos de cada uma delas na plataforma virtual do GRUCA + Iacitatá. | 73 |
| Gráfico 7 - | Principais categorias de produtos pedidos pelos consumidores com base no relatório da plataforma virtual do GRUCA | 74 |
| Gráfico 8 - | Comparação das Receitas do GRUCA no primeiro semestre dos anos 2021 e 2022 | 76 |
| Gráfico 9 - | Faixa etária dos consumidores do GRUCA cadastrados na plataforma até junho de 2022. | 81 |
| Gráfico 10 - | Porcentagem de consumidores com base no gênero cadastrados na Plataforma do GRUCA até junho de 2022. | 81 |
| Gráfico 11 - | Organização da dispersão dos consumidores entrevistados por cidades e bairros na RMB. | 82 |
| Gráfico 12 - | Frequência de pedidos realizados pelos entrevistados, baseados pelo tempo junto ao grupo. | 85 |
| Gráfico 13 - | Comparativo de pedidos realizados por consumidores novos e consumidores antigos. | 86 |
| Gráfico 14 - | Categorias de produtos mais pedidos pelos consumidores com base nos consumidores entrevistados. | 87 |

IMAGENS

| | | |
|------------|--|----|
| Imagem 1 - | Vivências agroecológicas do GRUCA. | 57 |
| Imagem 2 - | Criação de aves e bezerros na localidade do Assentamento Paulo Fonteles | 60 |
| Imagem 3 - | Fogão a lenha utilizado para o cozimento inicial da carne de jaca. | 60 |
| Imagem 4 - | Manuseio da fibra e da baga da jaca com a orientação da produtora e articuladora local | 61 |

MAPAS

| | | |
|----------|---|----|
| Mapa 1 - | Localização dos municípios que os sistemas de produção parceiros do GRUCA atuavam no início da pesquisa em 2020 | 18 |
| Mapa 2 - | Localização do Assentamento Paulo Fonteles | 59 |
| Mapa 3 - | Localização dos Sistemas de Produção Parceiros da Rede Gruca + Iacitatá em 2022. | 65 |
| Mapa 4 - | Cartografia Socioprodutiva do GRUCA | 66 |
| Mapa 5 - | Localização dos Consumidores do GRUCA por bairros na RMB | 79 |

QUADROS

| | | |
|------------|--|----|
| Quadro 1 - | Iniciativas selecionadas para hospedagem e assessoria TIC-DeMos | 19 |
| Quadro 2 - | Principais características antagônicas entre o Mercado Alimentar Convencional e os Circuitos de Proximidade. | 41 |
| Quadro 3 - | Informações produtivas dos agricultores entrevistados. | 69 |
| Quadro 4 - | Diversos relatos dos consumidores do GRUCA quanto a baixa frequência dos pedidos | 84 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|----|
| Tabela 1 - Distribuição do valor total adquirido com produtos alimentares e de higiene, conforme seus locais de compra. Região Metropolitana de Belém e Brasil. 2017-18. | 27 |
| Tabela 2 - Produtos que mais tiveram saída entre janeiro e junho de 2022 (organizados na ordem decrescente de itens vendidos). | 69 |
| Tabela 3 - Informações dos pedidos dos paneiros entre Janeiro e Junho de 2022 | 77 |
| Tabela 4 - Aspectos sociais, de consumo e participação dos consumidores do GRUCA. | 83 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

| | |
|------------|--|
| ANA | Articulação Nacional de Agroecologia |
| CA | Consumidores Antigos |
| CASA | Comunidade Acadêmica que dá Suporte à Agricultura |
| CBST | Cestas de Bens e Serviços Territoriais |
| CEASA / PA | Centrais de Abastecimento do Estado do Pará |
| CN | Consumidores Novos |
| CNPq | Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico |
| COOPAVI | Cooperativa Agropecuária Vale do Inhandava |
| COVID-19 | Coronavirus Disease 2019 (tradução: Doença do Corona Vírus de 2019) |
| EAN | Educação Alimentar e Nutricional |
| EBIA | Escala Brasileira de Insegurança Alimentar |
| EMBRAPA | Empresa Brasileira de Pesquisa e Agropecuária |
| FAO | Food and Agriculture Organization of the United Nations (tradução: Organização das Nações Unidas para Alimentação e a Agricultura) |
| FNDE | Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação |
| FO | Feira Orgânica da Praça Brasil |
| GCR | Grupo de Consumo Responsável |
| GEDAF | Grupo de Estudos Diversidade Socioagroambiental na Amazônia |
| GRUCA | Grupo para Consumo Agroecológico |
| IA | Insegurança Alimentar |
| IBGE | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística |
| INEAF | Instituto Amazônico de Agriculturas Familiares |
| IPEA | Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada |
| LACAF | Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar |
| LARC | Laboratório de Análise Ambiental e Representação Geográfica |
| MST | Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra |
| NIDES | Núcleo Interdisciplinar para o Desenvolvimento Social |
| NUMA | Núcleo de Meio Ambiente |
| ODS | Objetivos de Desenvolvimento Sustentável |
| ONG | Organização Não Governamental |
| ONU | Organização das Nações Unidas |
| PAA | Programa de Aquisição de Alimentos |
| PENSSAN | Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar |
| PIBIC | Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científicas |

| | |
|------------|--|
| PNAE | Programa Nacional de Alimentação Escolar do Governo Federal |
| PNAPO | Política Nacional de Agroecologia de Produção Orgânica |
| POF | Pesquisa de Orçamentos Familiares |
| PPA | Pequenos Agricultores Agroecológicos |
| PPGEDAM | Programa de Pós-Graduação em Gestão de Recursos Naturais e Desenvolvimento Local na Amazônia |
| REUMAM | Revista Universidade e Meio Ambiente |
| RI | Rede Iacitá |
| RMB | Região Metropolitana de Belém |
| SEDUC | Secretaria de Educação do Estado do Pará |
| SEMAS /PA | Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Sustentabilidade do Pará |
| SICAR / PA | Sistema do Cadastro Ambiental Rural do Pará |
| TIC-DeMos | Tecnologia da Informação e Comunicação, Democracia e Movimentos Sociais |
| TRA | Territórios de Reforma Agrária |
| UFPA | Universidade Federal do Pará |
| UFRJ | Universidade Federal do Rio de Janeiro |
| UFSC | Universidade Federal de Santa Catarina |
| UNESCO | Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura |

SUMÁRIO

| | | |
|------------|---|----|
| 1 | PROBLEMÁTICA | 17 |
| 2 | OBJETIVOS | 22 |
| 2.1 | Geral..... | 22 |
| 2.2 | Específicos | 22 |
| 3 | REFERENCIAL TEÓRICO | 23 |
| 3.1 | Cenário da Agricultura Urbana e Periurbana da Região Metropolitana de Belém, aos olhares da Segurança Alimentar e Nutricional | 23 |
| 3.2 | Construção Social | 35 |
| 3.3 | Sistemas Agroalimentares Locais e Circuitos Curtos e de Proximidade | 36 |
| 3.4 | Comércio Justo, Economia Solidária e Grupo de Consumo Responsável..... | 42 |
| 4 | METODOLOGIA | 48 |
| 4.1 | As modalidades de pesquisa utilizadas | 48 |
| 4.2 | Os procedimentos técnicos utilizados..... | 48 |
| 4.3 | PRODUTOS | 49 |
| 4.3.1 | Cartilha Digital..... | 49 |
| 4.3.2 | Mapas e Cartografia Socioprodutiva..... | 50 |
| 4.3.3 | Resumos Executivos | 50 |
| 4.3.4 | Instrução Normativa..... | 50 |
| 5 | RESULTADOS, DIFICULDADES E CARACTERÍSTICAS PROMISSORAS PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL SUSTENTÁVEL | 52 |
| 5.1 | CAPÍTULO I - Agroecologia urbana e periurbana: o histórico e a atuação do grupo para consumo agroecológico (GRUCA) | 52 |
| 5.1.2 | Vivências Agroecológicas..... | 55 |
| 5.1.3 | A Experiência da produção de carne de Jaca | 58 |
| 5.1.4 | Estrutura de produção e fluxo de comercialização de produtos agroecológicos do GRUCA | 62 |
| 5.1.5 | Diversidade Produtiva da Rede GRUCA | 73 |

| | |
|---|-----------|
| 5.2 CAPÍTULO II - A importância do consumidor na construção dos circuitos curtos de comercialização | 78 |
| 5.2.1 Abrangência Territorial dos Consumidores do GRUCA | 78 |
| 5.2.2 O perfil socioeconômico e o envolvimento dos consumidores com o grupo | 80 |
| 5.2.3 Potenciais e obstáculos em relação aos ODS | 92 |
| 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 96 |
| 7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 99 |
| APÊNDICE A – Produto 1 : Cartilha Digital..... | 108 |
| APÊNDICE B – Produto 2: Mapas e Cartografia Socioprodutiva do GRUCA..... | 128 |
| APÊNDICE C – Produto 3: Resumo Executivo direcionado à Prefeitura Municipal de Belém..... | 131 |
| APÊNDICE D – Produto 4: Resumo Executivo direcionado à Câmara Municipal de Belém..... | 141 |
| APÊNDICE E – Produto 5: Instrução Normativa | 151 |
| APÊNDICE F – Formulário de Pesquisa – Consumidores | 156 |
| APÊNDICE G - Termo de consentimento livre e esclarecido utilizado no formulário aos consumidores no google forms..... | 158 |
| APÊNDICE H - Termo de consentimento livre e esclarecido utilizado na pesquisa aos produtores | 159 |

1 PROBLEMÁTICA

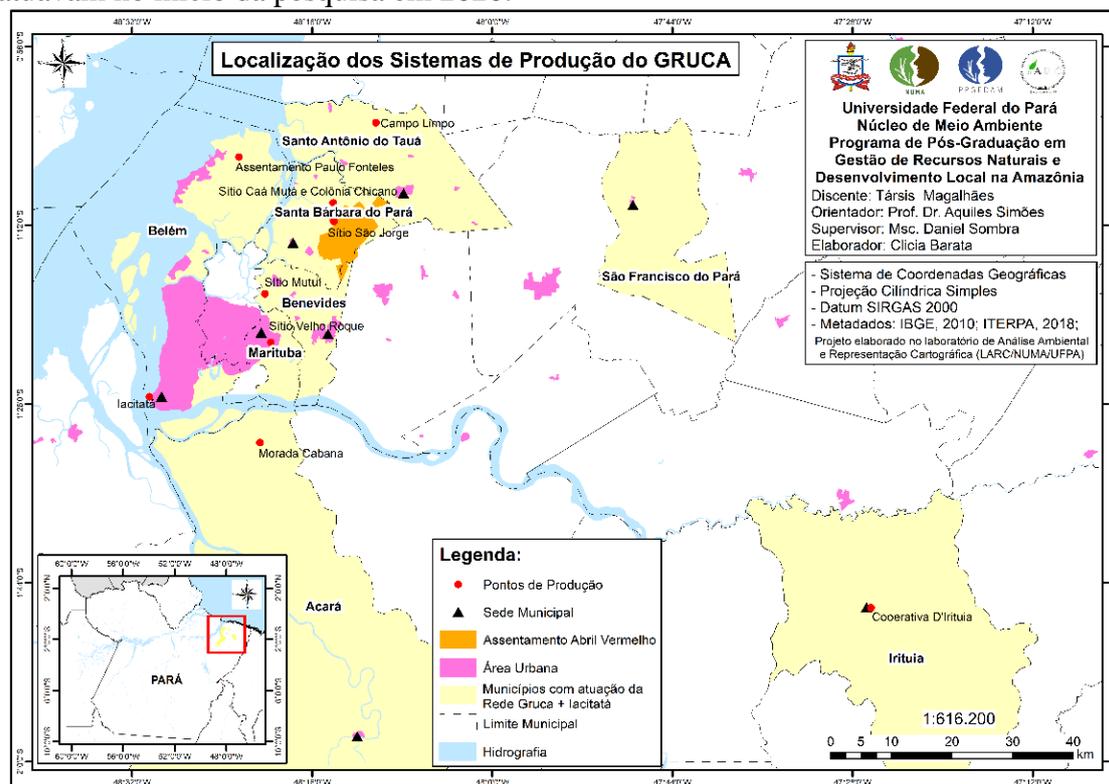
As modificações que estão acontecendo nas últimas décadas na economia, tanto no cenário nacional como internacional, vêm causando uma grandiosa reorganização nas sociedades. Alguns fatores como o crescimento exorbitante do capitalismo e que corresponde aos processos de transformação da natureza e de construção do espaço geográfico, desencadearam a acumulação e concentração de capital em escala mundial resultando em novos métodos de produção e organização do trabalho.

A produção e a distribuição dos alimentos estão de diversas formas interligadas com a sustentabilidade. E muitos problemas das sociedades modernas referentes à segurança alimentar e nutricional deve-se em grande parte ao modo de produção capitalista, que é, em si, complexo, contraditório e excludente. Apesar de cientes de argumentações socioambientais que indicam urgência em prol do desenvolvimento sustentável, os setores econômicos associados ao modelo convencional da agricultura e produção de alimentos são resistentes às mudanças que lhes são recomendadas para a agricultura mais sustentável.

Nesse contexto, a agricultura familiar camponesa visando também assegurar a sua viabilidade, principalmente em combate a mercados cada vez mais competitivos e moldados a face de um setor industrial e de lucratividade, buscou alternativas de interações que pudessem garantir a sua logística mercadológica, pautada na participação conjunta entre produtores e consumidores, baseados em uma relação de confiabilidade, respeito, justiça social, preservação cultural e saberes. E uma dessas alternativas são os grupos de consumo responsáveis.

O enfoque do trabalho foi estudar os mercados agroecológicos alternativos, mais especificamente o GRUCA (Grupo para Consumo Agroecológico), que é um grupo de consumo responsável da Região Metropolitana de Belém (RMB) e que atua desde 2014 com o objetivo de aproximar consumidores e produtores, proporcionando reflexões e atuando criativamente sobre a relação produção-consumo, em especial dos alimentos. Desde 2015 o GRUCA atua em parceria com o Instituto de Cultura Alimentar Iacitadá (Belém). O mapa 1 mostra a abrangência dos sistemas de produção parceiros do GRUCA e que fornecem alimentos para consumidores que em sua grande maioria ficam localizados em Belém/PA.

Mapa 1: Localização dos municípios que os sistemas de produção parceiros do GRUCA atuavam no início da pesquisa em 2020.



Fonte: Pesquisa de Campo; Grupo de Estudos Diversidade Socioagroambiental na Amazônia (GEDAF), 2020. Elaboração: Laboratório de Análise Ambiental e Representação Geográfica (LARC), 2020.

Em consequência da pandemia da covid-19, as comunidades camponesas e o meio rural também tiveram que se readaptar. O GRUCA foi resiliente nesse período de pandemia, aplicando o uso da tecnologia para minimizar a distância entre produtores e consumidores. A utilização da plataforma de pedidos *online* possibilitou uma estabilidade nos pedidos feitos pelos consumidores do grupo e com isso também auxiliou o escoamento dos alimentos oriundos dos produtores pertencentes à rede. A arrecadação média no primeiro semestre de 2021 chegou próxima de 10 mil reais (R\$ 10.000,00), segundo a equipe de gestão financeira do grupo. Isso se deve provavelmente em virtude da proximidade entre produtores e consumidores, que não perderam o contato, e a logística do grupo permitiu que estes continuassem com as suas atividades, mesmo em situações de restrições e isolamento geográfico. Algumas inovações e experiências solidárias também estiveram presentes no grupo ao longo desse período, como a movimentação de um microcrédito solidário, a partir do qual os consumidores também colaboraram para o mantimento da produção camponesa.

Apesar de todas as potencialidades que foram citadas, o GRUCA possuía alguns entraves internos, principalmente na questão logística de organização de pedidos, relatórios referentes aos produtos comercializados e seus custos, montagem dos paneiros e entregas. Fatos estes que se devem, em grande parte, às limitações da plataforma virtual que estava sendo utilizada (Loja Integrada). Por conseguinte, em busca de melhorias, o GRUCA se inscreveu em um edital da TIC-DeMos (Tecnologia da Informação e comunicação, Democracia e Movimentos Sociais), que faz parte do Núcleo Interdisciplinar para o Desenvolvimento Social (NIDES) da UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro), para a confecção e assessoria de sites de comercialização de cestas agroecológica, utilizando *software* livre. Foram selecionadas 3 iniciativas (Quadro 1), dentre elas o GRUCA, das 54 inscritas de todo o Brasil. Atualmente, para comercialização dos produtos da rede, utiliza-se a plataforma (*WordPress*), confeccionada pela TIC-DeMos.

Quadro 1: Iniciativas selecionadas para hospedagem e assessoria TIC-DeMos.

| Nome do Responsável | Nome do Grupo | Município |
|----------------------------------|--|------------------|
| Ariandeny Silva de Souza Furtado | Grupo de Referência Interinstitucional do IFG, IF Goiano e UFG | Goiânia - GO |
| Douglas Alvaristo Fernandes | Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa do Estado do Espírito Santo. | São Gabriel - ES |
| Noel Bastos Gonzaga | GRUCA (Grupo para Consumo Agroecológico) | Marituba - PA |

Fonte: Cesta Agroecológica. TIC-DeMos (2021)

Contudo, a reinvenção do mercado agroecológico e familiar é muito relevante para novos estudos e entendimento dessa adaptação a situações adversas. Além disso, há uma grande importância na busca pela criação de tecnologias que possam fortalecer os processos participativos, cooperativos e solidários. Principalmente trabalhando com os conceitos de participação, gestão participativa, e valorizando a dialogicidade.

Para melhor visualizar o cenário da agroecologia urbana e periurbana e justificar a escolha da temática, é notável a carência de assistência do governo em prol da agricultura familiar, Guéneau et al. (2019), afirmam a necessidade de políticas mais fortes e de ações articuladas de maneira estável, à nível nacional. Já em relação ao estado do Pará, Assis, Piraux e Azevedo (2019), fortificam a mesma ideia de Guéneau et al. (2019),

ressaltando que a inexistência de políticas públicas no estado ocorre por discordâncias entre as organizações alinhadas à agroecologia e o poder público. O que é um fator preponderante para os problemas relacionados à distribuição de alimentos, sobrevivência dos pequenos agricultores e na preservação de sua rede mercadológica, embora este seja vital para o fornecimento no âmbito regional e local. Por outro lado, os grandes produtores do agronegócio que visam prioritariamente à exportação, recebem mais incentivos do governo, onde neste mesmo espaço, o pequeno produtor apresenta dificultosas formas de acesso aos programas de incentivo.

A agricultura familiar, portanto, necessita de ampliação na sua rentabilidade econômica, por intermédio do aumento da produção de hortaliças e outros cultivos produzidos de forma agroecológica/orgânica. E as estruturas políticas e econômicas do estado precisam incentivar, visualizar e dar atenção devida aos grupos de consumo responsáveis, que são teias alimentares alternativas que surgem em combate aos grandes mercados industriais que prioritariamente visam o lucro.

De acordo com a FAO - Food and Agriculture Organization of the United Nations (2020), em virtude da pandemia da COVID-19, ocorreram diversas restrições e atrasos na distribuição de alimentos devido ao isolamento geográfico. Podemos citar problemas referentes ao transporte de mercadorias, bloqueios de estradas, fechamento de mercados e feiras, entre outros entraves, que afetaram, especialmente, os agricultores familiares. Portanto, há uma necessidade do escoamento da produção da agricultura familiar e de novas possibilidades que promovam o mantimento dessa logística alimentícia.

A escolha da temática da pesquisa e do objeto de estudo se dá, portanto, em virtude da importância dos circuitos curtos e de proximidade presentes na Região Metropolitana de Belém, principalmente voltados à comercialização de produtos agroecológicos e que se baseiam na valorização de práticas sustentáveis. Vale ressaltar que a proximidade desses circuitos e todos os presentes nessa lógica mercadológica, não se dá apenas de forma da distância geográfica, mas também da interação produtor-consumidor com aspectos comuns na ideologia, na preocupação com as questões socioambientais, segurança alimentar e a possibilidade de valorizar a troca de conhecimentos e memórias tradicionais.

Tomando como base os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) determinados pela Organização das Nações Unidas (ONU), que firmou compromissos entre nações de todo o planeta em prol de objetivos comuns para o combate à pobreza, manutenção da paz e prosperidade e proteção ao meio ambiente e clima, para que as

gerações atuais e futuras possam ter uma qualidade de vida melhor, o Mestrado Profissional em Gestão de Recursos Naturais e Desenvolvimento Local na Amazônia (PPGEDAM), vinculado ao Núcleo de Meio Ambiente (NUMA) da Universidade Federal do Pará (UFPA), tem em seu escopo a produção científica coerente com estes objetivos. Portanto, o presente trabalho busca atender especificamente 2 objetivos do desenvolvimento sustentável, são eles: O 2º, Fome zero e agricultura sustentável e o 12º, Consumo e produção responsáveis.

Figura 1: ODS que o trabalho busca atender.



Fonte: ONU (2015).

E conforme o exposto, têm-se a seguinte pergunta de pesquisa:

Como a experiência do Grupo para Consumo Agroecológico (GRUCA) pode proporcionar maior aproximação entre produtores e consumidores a partir da autogestão e uso de plataformas digitais?

2 OBJETIVOS

2.1 Geral

- Descrever a experiência do Grupo para Consumo Agroecológico (GRUCA), demonstrando como vem ocorrendo a construção social do mercado agroecológico, compreendendo os limites e desafios desta experiência.

2.2 Específicos

- Conhecer o histórico do GRUCA e a sua etnografia;
- Realizar o mapeamento dos produtores, consumidores e a diversidade produtiva, caracterizando, assim, o perfil dos atores locais envolvidos na experiência social, quais produtos estão sendo comercializados e suas características analíticas de produção como: dificuldades, o que é promissor, contribuições com os objetivos do desenvolvimento sustentável;
- Elaborar mapas que possam identificar e servir como base para análises de todo o circuito de proximidade do GRUCA.
- Observar como o uso de plataformas digitais tem contribuído com a agricultura familiar e também auxiliado na sua comercialização e escoamento até chegar aos consumidores.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico do trabalho baseia-se nas seguintes concepções e fundamentações: Cenário da Agricultura Urbana e Periurbana da Região Metropolitana de Belém, aos olhares da Segurança Alimentar e Nutricional; Construção Social; Sistemas Agroalimentares Locais e Circuitos Curtos e de Proximidade; Comércio Justo, Economia Solidária e Grupo de Consumo Responsável.

3.1 Cenário da Agricultura Urbana e Periurbana da Região Metropolitana de Belém, aos olhares da Segurança Alimentar e Nutricional

O Município de Belém está contido geograficamente na Região Amazônica, compondo uma semipenínsula margeada pelo Rio Guamá, que tem suas nascentes localizadas no Nordeste Paraense, e pela Baía do Rio Guajará (união dos Rios Guamá, Moju e Acará). A fundação da cidade ocorreu em 12 de janeiro de 1616 às margens da referida baía, tendo sido a segunda¹ capital da Amazônia. Segundo o Censo Demográfico de 2010, Belém contava com uma população de 1,3 milhões de habitantes, o que representava cerca de 17% da população paraense (IBGE, 2010).

Conforme o Instituto Escolhas (2022), em um estudo intitulado “Os desafios e o potencial da agricultura urbana e periurbana em Belém” em parceria com a Prefeitura de Belém, a agricultura urbana e periurbana no município tem o potencial de abastecer com legumes e verduras aproximadamente 1,7 milhão de pessoas, o que seria maior do que a população atual de Belém, estimada em 1,5 milhões de pessoas segundo o IBGE (2021). O estudo ressalta que 11% da população da Região Metropolitana de Belém (RMB) compra alimentos das feiras, e está acima da média nacional que corresponde a 4%, sendo que o estudo afirma também que 80% dos alimentos comercializados na CEASA do Pará são oriundos de outros estados.

Para ser denominado de fato como um agricultor familiar, é necessário segundo a Lei nº 11.326 de 24 de Julho de 2006, que a área utilizada para agropecuária seja de até 4 módulos fiscais e que a mão-de-obra desta seja composta pela própria família e a renda familiar tenha uma porcentagem de contribuição originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento (BRASIL, 2006).

¹ A primeira capital foi São Luís. Na época se tratava do Estado do Grão-Pará e Maranhão, que compreende praticamente toda a área que hoje é denominada como Amazônia, com exceção do Mato Grosso.

Além da denominação de agricultor familiar, as bases agroecológicas surgem inicialmente a partir dos questionamentos entre crescimento econômico, questões socioambientais e alimentares, buscando construir novas formas de desenvolvimento que tivessem como base a sustentabilidade, mostrando que a agricultura moderna não é a única forma de se produzir, tampouco seria sozinha a mais adequada para a sociedade, cultura, saúde e meio ambiente. E a Agroecologia só pode ser compreendida de forma plena quando se correlaciona diretamente ao conceito de sustentabilidade e justiça social, portanto, ela serve como orientação geral para as experiências de agricultura, mas é o caráter local ou, em outras palavras, uma análise micro ou específica que dará a natureza concreta dela. Desse modo, Gleissman (2000) organizou em seu livro intitulado “Agroecologia: processos ecológicos em agricultura sustentável” informações técnicas e científicas e que de fato perpassam perfeitamente ao conceito central da agroecologia:

“É uma nova abordagem da agricultura e do desenvolvimento agrícola que se construa sobre aspectos de conservação de recursos da agricultura tradicional local, enquanto, ao mesmo tempo, se exploram conhecimentos e métodos ecológicos modernos. Esta abordagem é configurada na ciência da agroecologia, que é definida como a aplicação de conceitos e princípios ecológicos no desenho e no manejo de agroecossistemas sustentáveis” (GLEISSMAN, 2000).

E para Altieri (2012), a sustentabilidade dos agroecossistemas tem sua fundamentação na conservação e mantimento dos recursos renováveis, no modo de cada espécie cultivada se adaptar ao ambiente em que se encontra e na manutenção de um alto e sustentável grau produtivo. Portanto, para o autor, a agroecologia pode ser considerada também como um conjunto de práticas baseadas no conhecimento tradicional das comunidades, na troca de conhecimentos entre agricultores ou grupos de agricultores e também pela busca de conhecimentos científicos para pôr em prática este sistema complexo, o que complementa a afirmação de Gleissman (2000) em que a agroecologia pode ser compreendida como a conservação da agricultura tradicional local, mas não deixando de lado também os métodos ecológicos e científicos modernos.

Desse modo, pode-se inferir que tanto Gleissman (2000) quanto Altieri (2012) são inspirados no funcionamento dos ecossistemas naturais, no manejo tradicional e indígena dos agroecossistemas e no conhecimento científico, onde propuseram, portanto, o conceito moderno de Agroecologia. Dessa forma, conforme a Embrapa (2006), a

agroecologia se institui pela incorporação de uma dimensão ecológica à produção agropecuária, também estabelecida pela contraposição aos princípios da agricultura moderna.

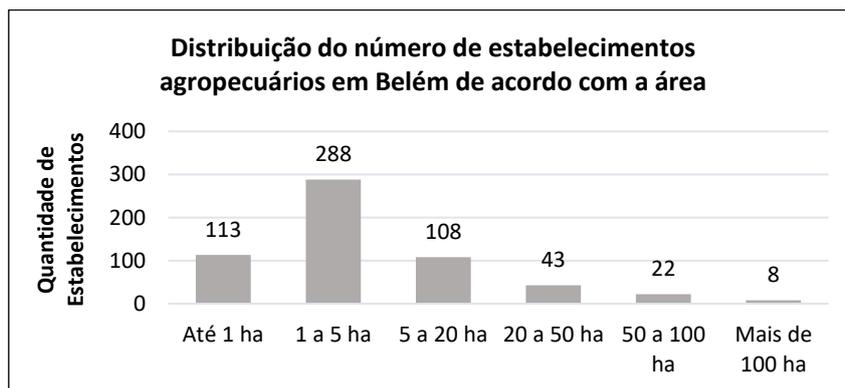
Mas é importante a compreensão da conexão entre a agroecologia e a sustentabilidade, e segundo o grupo de estudos em agroecologia da Embrapa (2006), a agroecologia é compreendida quando cumpre alguns princípios que vão ao encontro a sustentabilidade, são eles: econômica (potencial de renda e trabalho, acesso ao mercado); ecológica (manutenção ou melhoria da qualidade dos recursos naturais); social (inclusão das populações mais pobres); cultural (respeito às culturas tradicionais e locais); política (movimento organizado para a mudança) e ética (mudança direcionada a valores morais transcendentais). A Embrapa (2006) também cita que a agroecologia é um conjunto de princípios abstratos, que ganham caráter concreto quando aplicados a realidades locais. Dessa forma, as experiências locais irão validar seus princípios, definindo cada qual e enriquecendo a própria concepção teórica da Agroecologia.

Nessa mesma lógica, Caporal (2009) dialoga que a ênfase agroecológica não deve ser tratada como uma “revolução modernizadora”, mas sim uma ação dialética transformadora, em que já está acontecendo em uma temporalidade atual. Então, este processo pode ser considerado como uma transição, que aos poucos, partindo do conhecimento local, respeita e incorpora os saberes tradicionais, associando estes ao conhecimento científicos, dando assim um processo de expansão dos saberes socioambientais, contribuindo para transição agroecológica. O autor também acrescenta que a centralidade da agroecologia deve ser pautada ao conceito de transição, onde não se deve obter um foco simplesmente na substituição de insumos ou a substituição de agrotóxicos, mas de um processo muito maior que isso, que traz à tona o que o autor chama de mudanças multilíneas.

Dessa forma, a agroecologia é uma vertente com amplitude suficiente para engajar-se ainda mais no contexto da agricultura familiar. Mas para o cenário da RMB, ainda se encontra incipiente. Segundo o Censo Agropecuário de 2017 (IBGE), há 582 estabelecimentos agropecuários em Belém (Gráfico 1), sendo que 89% do total corresponde a estabelecimentos que possuem como base a agricultura familiar, mas ainda sem definições de quantos poderiam ser de base agroecológica. Dessa porcentagem total, as maiores produções são: açaí, correspondendo a 69% (53% de açaí cultivado e 16% por meio de extrativismo); macaxeira com 20% e a criação de animais de pequeno porte (galináceos) corresponde a 12 %. Na horticultura os cultivos mais presentes são a

cebolinha, couve, caruru, chicória e cheiro verde. Vale ressaltar também a participação das mulheres, onde 37% são estabelecimentos geridos por mulheres, este valor está acima dos valores do estado (20%) e do país (17%).

Gráfico 1: Estabelecimentos Agropecuários com base no tamanho, no município de Belém, estado do Pará.



Fonte: Censo Agropecuário 2017 (IBGE)

Com base no gráfico 1, pode-se observar que Belém apresenta uma ampla distribuição de estabelecimentos agropecuários, onde a maioria apresenta uma área até 5 ha. Porém não se tem uma base de fato até o momento de quantos destes estabelecimentos podem ser considerados familiares, e nem quantos ou se haveriam estabelecimentos de base agroecológica, ressaltando a necessidade em identificá-los por parte dos órgãos públicos e de pesquisa. A cidade apresenta características de consumo muito voltadas a um mercado convencional (Tabela 1), onde aproximadamente 60% das aquisições de alimentos na Região Metropolitana de Belém são oriundas de supermercados, atacadistas e armazéns, mas ainda sim apresenta um valor menor do que o encontrado no Brasil como um todo, que apresenta aproximadamente 70% das compras oriundas destes mesmos locais. Vale ressaltar que os dados da Tabela 1 mostram uma perspectiva em que o consumo de alimentos na RMB se apresenta com baixa importância para os circuitos curtos de comercialização, sendo mais valorizados os canais de escoamento integrados a um sistema agroalimentar cooperativo e com longas cadeias de comercialização.

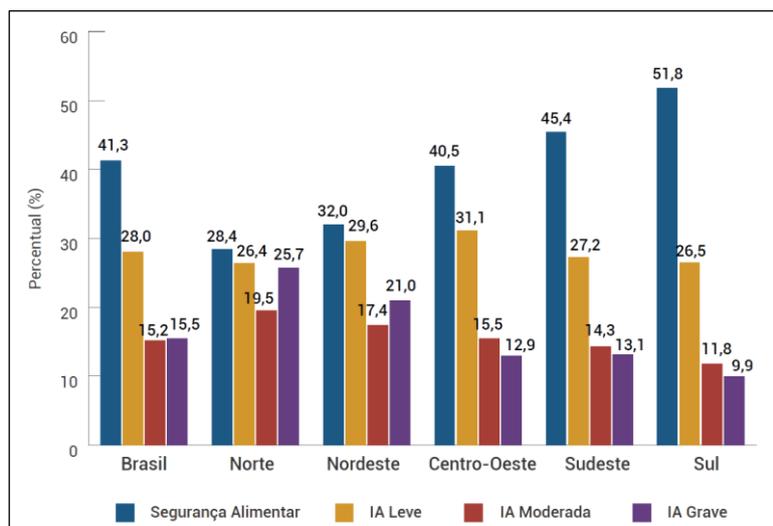
Tabela 1 - Distribuição do valor total adquirido com produtos alimentares e de higiene, conforme seus locais de compra. Região Metropolitana de Belém e Brasil. 2017-18.

| Local | RMB | Brasil |
|-------------------------|---------------|---------------|
| Supermercado | 43,80% | 46,70% |
| Açougue | 12,90% | 5,20% |
| Feira | 10,60% | 3,70% |
| Atacadista | 8,50% | 3,70% |
| Armazém | 6,70% | 18,90% |
| Padaria | 4,80% | 5,00% |
| Negócio próprio | 2,70% | 0,20% |
| Mercearia | 2,60% | 2,30% |
| Ambulante | 2,30% | 1,50% |
| Bar/lanchonete | 0,80% | 0,60% |
| Particular | 0,70% | 2,10% |
| Quitanda | 0,50% | 0,70% |
| Depósito | 0,20% | 0,60% |
| Restaurante | 0,20% | 1,30% |
| Loja art. agropecuários | 0,10% | 0,90% |
| Subtotal | 97,40% | 93,40% |

Fonte: IBGE (2020) - Dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2017-18.

Outro dado interessante na RMB são as feiras e açougues, agregando 23,5% dessa aquisição alimentar, onde no país têm-se um cenário com apenas 8,9%. No mais, é importante adentrar em um assunto para além da aquisição dos alimentos, que é a qualidade deles e a segurança alimentar. A partir da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) dos anos de 2017 e 2018, foram inseridos nos formulários desta pesquisa uma série de questionamentos organizados em tópicos para que pudessem estimar níveis de insegurança alimentar conforme a Escala Brasileira de Insegurança Alimentar (EBIA), o gráfico 2 demonstra percentuais encontrados no país e suas macrorregiões.

Gráfico 2 - Distribuição percentual da Segurança Alimentar e dos níveis de Insegurança Alimentar (IA) no Brasil e macrorregiões, durante o período 2021/2022.



Fonte: Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar - PENSSAN (2022).

A Região Norte apresenta valores de extremo alerta, quase 70 % da população em níveis de insegurança alimentar (IA leve, IA moderada e IA grave). Estes dados evidenciam as desigualdades geográficas, regionais e de localização dos domicílios em áreas rurais ou urbanas. Entretanto, em qualquer dessas situações e em outras realidades sociais devem ser analisadas em contraste com outras variáveis, como a composição da família, localidade das residências, renda familiar, dentre outras mais específicas.

Neste sentido, segundo a Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar - Penssan (2022), através do Relatório de Insegurança Alimentar e Covid-19 no Brasil, os alimentos tiveram um aumento em valor e que de forma rápida impactaram os consumidores, porém, esse aumento não se refletiu em valores econômicos para quem de fato produz os alimentos, com isso, ocorreu uma baixa nos preços dos produtos da agricultura familiar ocasionando aumento nos níveis de insegurança alimentar presente nessas famílias produtoras:

“Entre os domicílios rurais, o segmento da agricultura familiar sofreu o impacto da crise econômica, mas foi especialmente afetado pelo desmonte das políticas públicas voltadas para o pequeno produtor do campo. As formas mais severas de IA (IA moderada ou grave) estavam presentes em cerca de 38,0% dos domicílios de agricultores(as) familiares/ produtores(as) rurais. A prevalência de IA grave era de 21,8%, mostrando que a fome atingia os moradores de mais de 1/5 dessas habitações” (REDE PENSSAN, 2022).

Para melhor entendimento sobre este cenário, é importante situá-lo dentro da legislação brasileira. Portanto, a pesquisa está fundamentada na Política Nacional de Agroecologia de Produção Orgânica (PNAPO), esta que foi instituída em 2012, por meio do Decreto nº 7.794, e possui como principal objetivo a integração e articulação de diversas políticas já desenvolvidas pelo governo federal, com o intuito de incentivar a produção agroecológica e a produção orgânica, contribuindo para a produção sustentável de alimentos mais saudáveis e associando o desenvolvimento rural com o uso adequado dos recursos naturais, tendo como diretrizes também a valorização do conhecimento das comunidades tradicionais. Conforme o Art. 3º do PNAPO:

Art. 3º São diretrizes da PNAPO:

I - promoção da soberania e segurança alimentar e nutricional e do direito humano à alimentação adequada e saudável, por meio da oferta de produtos orgânicos e de base agroecológica isentos de contaminantes que ponham em risco a saúde; II - promoção do uso sustentável dos recursos naturais, observadas as disposições que regulem as relações de trabalho e favoreçam o bem-estar de proprietários e trabalhadores; III - conservação dos ecossistemas naturais e recomposição dos ecossistemas modificados, por meio de sistemas de produção agrícola e de extrativismo florestal baseados em recursos renováveis, com a adoção de métodos e práticas culturais, biológicas e mecânicas, que reduzam resíduos poluentes e a dependência de insumos externos para a produção; IV - promoção de sistemas justos e sustentáveis de produção, distribuição e consumo de alimentos, que aperfeiçoem as funções econômica, social e ambiental da agricultura e do extrativismo florestal, e priorizem o apoio institucional aos beneficiários da Lei nº 11.326, de 2006; V - valorização da agrobiodiversidade e dos produtos da sociobiodiversidade e estímulo às experiências locais de uso e conservação dos recursos genéticos vegetais e animais, especialmente àquelas que envolvam o manejo de raças e variedades locais, tradicionais ou crioulas; VI - ampliação da participação da juventude rural na produção orgânica e de base agroecológica; e VII - contribuição na redução das desigualdades de gênero, por meio de ações e programas que promovam a autonomia econômica das mulheres.

De fato, na teoria e aos olhos da legislação, a pauta da agroecologia, produção orgânica, soberania alimentar deveriam estar bem alinhadas e mais contempladas pelo Estado e pela sociedade civil, mas muito se desconhece da aplicabilidade de tais regulamentações. Conforme Araújo (2020), a própria concepção da política já apresentou falhas, tanto na sua execução, quanto no seu monitoramento. Segundo a autora, o grande

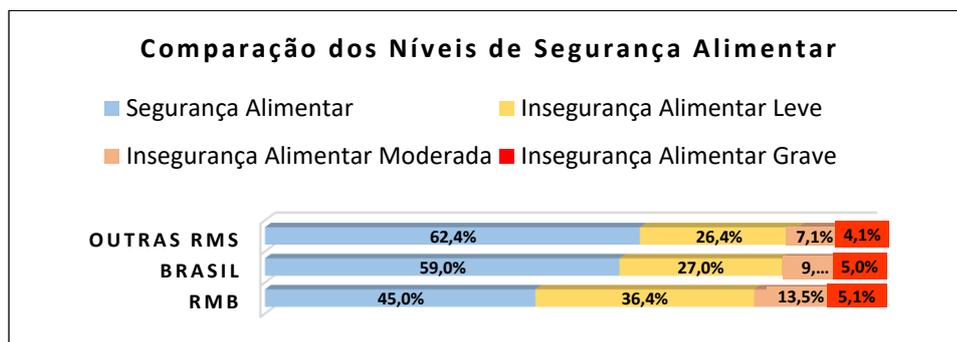
número de iniciativas dificultou o monitoramento e conseqüentemente a descontinuidade da política, e um dos possíveis motivos para o seu fracasso foi a carência de informações acerca da aplicação dela. Araújo (2020), por fim, conclui que mesmo com o surgimento desta política ter sido realizada de forma participativa (órgãos públicos e sociedade civil) e que seja uma temática de grande relevância socioambiental, infelizmente essa descontinuidade administrativa impactou negativamente para atingir os objetivos e metas que propuseram.

De mesmo modo, para a Articulação Nacional de Agroecologia – ANA (2019), afirma que a PNAPo não existe mais, pois ela está totalmente dispersada nos ministérios, não apresentando, portanto, uma organização de governo que possa se responsabilizar pela gestão, sem contar as reduções em orçamentos:

“Premiada internacionalmente, a Pnapo padece da extinção dos órgãos de gestão e de controle social da política. Com a reforma administrativa operada pelo governo Bolsonaro (Lei 13.844, quem tem como origem a MP 870/2019) e o Decreto 9.759/2019, instâncias estruturantes da execução da Pnapo foram extintas: a Câmara Interministerial de Agroecologia e Produção Orgânica (Ciapo) e a Comissão Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (Cnapo). Os espaços eram responsáveis, respectivamente, pela gestão e controle social da política.” (ANA, 2019).

Estes desmontes evidenciam a necessidade de políticas públicas eficientes, que possam sair do papel e serem realmente efetivas, gerenciadas de modo que alcance os seus objetivos e metas, auxiliando às práticas agroecológicas, combatendo a fome, e valorizando a soberania alimentar. Para o panorama alimentar para a RMB, o gráfico 3 mostra a comparação dos níveis de segurança alimentar com as demais regiões metropolitanas de outros estados, e do Brasil como um todo.

Gráfico 3 – Comparativo dos níveis de segurança alimentar na Região Metropolitana de Belém (RMB), Brasil e outras Regiões Metropolitanas (RMs).



Fonte: Elaborado pelo autor com base no IBGE (2020) - Dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2017-18.

Conforme os dados do gráfico, pode-se notar, portanto, que a insegurança alimentar é maior nas famílias belenenses e suas circunvizinhanças do que no país e nas outras regiões metropolitanas. Em resumo, 55% da população da RMB, estão em níveis de insegurança alimentar (somatória dos níveis IA leve, IA Moderada e IA grave). O que é um cenário extremamente preocupante e evidencia a importância de fomentar políticas que contribuam com o abastecimento e também fortaleçam conexões locais que tenham como base uma produção mais sustentável, visando mitigar este cenário de insegurança alimentar. Alertando também para a modernização conservadora que infelizmente não consegue superar os malefícios ambientais, econômicos, políticos e culturais e que necessitam de novas adequações para uma produção mais sustentável, em prol de atingir um objetivo, que é o fornecer alimentos de qualidade para a população.

Mesmo em um cenário negativo em relação a gestão, desmonte e carência de políticas públicas voltadas à agroecologia e produção orgânica nos últimos anos, como pôde ser observado no caso da PNAPO, ainda é possível encontrar outras ações legais efetivas. O FNDE é uma autarquia vinculada ao Ministério da Educação, responsável pela coordenação do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e possui uma resolução bem recente (2020), que dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar aos alunos da educação básica no âmbito do PNAE, valorizando as bases agroecológicas e orgânicas de produção e consumo. O presente trabalho faz uma associação da temática com o Capítulo III desta resolução, que discorre sobre as ações da Educação Alimentar e Nutricional (EAN), que é conceituado como:

“O conjunto de ações formativas, de prática contínua e permanente, transdisciplinar, intersetorial e multiprofissional, que objetiva estimular a adoção voluntária de práticas e escolhas alimentares saudáveis que colaborem para a aprendizagem, o estado de saúde do escolar e a qualidade de vida do indivíduo” (FNDE, Resolução nº 6, de 08 de maio de 2020).

A presença deste referencial no trabalho tem como premissa a inclusão de mercados alternativos como os grupos de consumo responsáveis como instrumentos de ações formativas para alcançar os princípios da presente resolução, colaborando com as práticas alimentares saudáveis, não só no em relação ao mercado, mas também no processo de educação e aprendizagem do indivíduo. Também visa o alcance de diversas esferas sociais para o acesso ao conhecimento sobre alimentos mais saudáveis e seus mercados.

Em conjunto com ações formativas, tem-se instrumentos como a Cartografia Social, que podem ser constituídas como um princípio para o desenvolvimento de um sistema agroalimentar alternativo, lançando luzes à ação governamental (Estado e Municípios) no sentido de considerá-la objeto de políticas públicas, valorizando os saberes e resultados nela e por ela construídos, demonstrando a dimensão composta pela agroecologia no âmbito local.

A cartografia social corresponde a uma proposta metodológica da Ciência Cartográfica que busca valorizar o conhecimento tradicional, popular, simbólico e cultural mediante a um conjunto de ações voltadas ao mapeamento de territórios tradicionais, étnicos e coletivos (GORAYEB; MEIRELES; SILVA, 2015).

Para Soares et al. (2018), as representações cartográficas são moldadas por cada sociedade como uma expressão de arte, caracterizadas por suas próprias necessidades sociais. Os autores também ressaltam a cartografia integrando-a ao conhecimento comum entre as pessoas e seu espaço geográfico, não tendo exatamente um ponto de distinção de outras formas de conhecimento como linguagens escritas, matemáticas e etc.

Neste contexto, Silva (2013) afirma que muitas sociedades desenvolveram as representações espaciais ou cartográficas antes mesmo de conseguirem se expressar de forma escrita, e, portanto, historicamente a cartografia possui grande relevância para a construção e expansão social.

Para Lima e Costa (2012), a cartografia social pode ser conceituada como meio técnico, que tem como objetivo registrar os relatos e as representações no processo de

automapeamento local, proporcionando a identificação de diversas situações como por exemplo a possibilidade de conflitos na forma de uso do território em questão.

Conforme Kozel (2002), quando se conceitua a cartografia, enfatiza-se as representações que tem a capacidade de descrever ou expor de determinada região como se fosse um teatro da própria vida humana e seu trilhado histórico, adquirindo e representando assim as experiências vividas pelos indivíduos e suas relações com o seu território. E para Acselrad et al. (2008), a cartografia social integra-se ao processo de planejamento e manejo de territórios numa perspectiva participativa na medida em que estabelece a ligação entre os grupos sociais como o seu território. E observando o contexto Amazônico, a cartografia social tem sua visibilidade sendo utilizada como instrumento de luta das comunidades tradicionais da floresta.

Contextualizando a cartografia social e os mapeamentos participativos, Pussinini et al (2012) citam que podem ser encontrados um caráter de mobilização da própria comunidade inserida neste processo, pois essa interação irá revelar diversas ferramentas úteis que possam vir a debater sobre as demandas locais e também planejar melhor o manejo dos recursos naturais das comunidades envolvidas. Sombra, Rodrigues e Pinho (2022), propõem que a cartografia participativa, num contexto da cartografia em geral, é uma excelente forma de dialogar entre os saberes, tendo como especificidade o uso da ciência pelas comunidades locais. E Crampton e Krygier (2008) dizem que estes tipos de abordagem em mapas são configurados como representações geográficas que facilitarão a compreensão espacial, as suas conceituações, processos e acontecimentos do mundo humano.

Na região Amazônica, encontra-se grande relevância o Projeto Nova Cartografia Social da Amazônia (PNCSA), subsidiado pelo Fundo Amazônia e coordenado por Alfredo Wagner, que vem contribuindo para o conhecimento das experiências de mapeamento social realizadas na região, utilizando diversos instrumentos como fascículos, boletins, cadernos, livros, *reports*, catálogos, mapas sínteses e mapas situacionais. O projeto já alcançou mais de 212 formas organizativas (associações, sindicatos, cooperativas, comissões e ONG's) com 142 entidades apoiadoras e centenas de comunidades. Portanto, corroborando não apenas uma amplitude de conhecimentos sobre os processos de ocupação da região Amazônica, mas também uma maior visibilidade e um novo instrumento para o fortalecimento dos movimentos sociais que nela existem. E conforme o Fundo Amazônia (2021), O projeto teve como atividade a elaboração de mapas, onde estes destacam as atividades econômicas desenvolvidas na

região, as características do uso dos recursos naturais, as formas de organização social das comunidades e outros aspectos pertinentes que mudam de acordo com a área mapeada. E conforme Boynard (2011):

“O PNCSA realiza aquilo que se denomina de mapeamento situacional, que pregava o combate à alienação produzida pela sociedade capitalista”. Sendo que os grupos sociais não consideram o mapa apenas como um produto acabado e sim como um processo de construção que é contínuo.” Boynard (2011).

Neste contexto, Pussini et al (2012) dialogam sobre os moldes clássicos da cartografia e fazem uma crítica ao uso das modernas tecnologias espaciais, onde estão em grande maioria sob o controle do Estado, mantendo assim um monopólio das informações, e deixando a desejar em relação aos povos e comunidades tradicionais, estes que gerenciam seu território de forma única e com o conhecimento tradicional.

Complementando, portanto, o exposto por Acselrad et al. (2008) que faz alusão ao fato de a atividade mapeadora sofrer mudanças com os avanços e popularização das tecnologias, como e o caso das tecnologias digitais de produção cartográfica, e que são um dos fatores da atual disseminação social dos mapas, ou seja, um mapeamento mais amplo, participativo, no qual a atividade da representação leve em consideração os aspectos sociais a serem representados e se desligue do mapeamento tradicional com as já referidas tendências políticas e tradicionais de mapeamento inseridas nesse processo. Neste mesmo contexto, Crampton e Krygier (2008) expõem um cenário futuro para a cartografia:

“Nos últimos anos, a cartografia tem escapado ao controle das poderosas elites que exerceram a dominação sobre ela por várias centenas de anos. Essas elites – as grandes oficinas de mapas do Ocidente, o Estado e, em menor medida, os acadêmicos – foram desafiados por dois importantes acontecimentos. Primeiro, o efetivo negócio da confecção de mapas, do levantamento de dados espaciais e seu mapeamento, está saindo das mãos dos especialistas”. (Crampton e Krygier, 2008).

Landim et al. (2016) afirmam que os conhecimentos das populações tradicionais devem ser apropriados e valorizados tendo em vista que estes grupos sociais possuem múltiplos saberes sobre a realidade vivenciada. É nesse contexto que a Cartografia Social

se afigura como um instrumento metodológico que fornece suporte a construção coletiva dos conhecimentos com a participação efetiva dos sujeitos.

3.2 Construção Social

As reflexões presentes no trabalho trazem à tona uma forma complexa dos olhares interdisciplinares, então é imprescindível a busca por teorias tanto no âmbito ambiental, agroecológico e também no social. A construção social tem diversos princípios na literatura, observando todas as ações que o ser humano produz em sociedade, e isto é reproduzido por um sistema hierarquizado e determinado pelo capital, por relações econômicas e também pela cultura entre as sociedades.

Assim sendo, o aporte científico utilizado para as discussões no âmbito social, partem inicialmente das teorias do sociólogo francês Pierre Bourdieu (2007) que tem suas origens no campesinato, e buscou superar o subjetivismo e o objetivismo, o indivíduo e a sociedade, a liberdade e o determinismo, partindo de uma análise do social sob dois olhares, no primeiro observando os atores sociais conforme a composição do *habitus*, que é definido como uma subjetividade socializada (BOURDIEU; WACQUANT, 1992) e no segundo olhar, o mundo, tendo este a forma de objeto. O autor tem suas obras com um caráter bem inovador e com características interdisciplinares, revolucionárias e críticas, utilizando metodologias que aproximam a observação etnográfica e a análise estatística. Bourdieu, portanto, transforma a própria conceituação epistemológica da sociologia da cultura, criando uma teoria dos fatos culturais que pode ser relacionada com as teorias desenvolvidas por Durkheim e Weber.

Dessa forma, para uma melhor compreensão das relações e teorias voltadas à construção social, agora com ênfase no mercado, Durkheim (1984) considera o mercado como uma instituição, ou seja, um fato social. Para o entendimento dessa lógica, este fato social é definido por formas coletivas de sentir, agir e pensar e isso tudo inseridos a partir de regras, leis, crenças, normas, costumes que são impostas do coletivo para o indivíduo. Tendo características como a generalidade, que é tudo aquilo que se repete em todos os indivíduos, em outras palavras, é comum a todos (as) ou a maioria; a exterioridade que não depende do indivíduo, no caso têm-se as regras e leis sociais; e a coercividade, que é a força que os fatos exercem sobre os indivíduos. Desse modo, podemos definir então a própria alimentação humana e o consumo como um fato social.

Ainda na contextualização de fato social, observando o cenário atual, é evidente a influência digital na vida em sociedade, onde ela vem se expandindo a todas as

dimensões, não só com a substituição da força de trabalho, mas chegou ao ponto onde a sociedade se sente incapaz de trabalhar, produzir, consumir e viver sem o auxílio de tais tecnologias. Os sistemas agroalimentares locais estão inclusos nessa realidade, mesmo que o acesso a essas tecnologias seja mais dificultosa nas áreas consideradas rurais, como discutido por Bronson (2020).

Nesse contexto, para Weber (1991), o mercado moderno representa “relações impessoais” entre os seres humanos, ou seja, não se refere ou não se dirige a uma pessoa em particular, mas às pessoas em geral. Porém, as visões do mundo criadas por ideias ou ideologias frequentemente conduziram as ações humanas a um determinado dinamismo de interesses. E Weber (1991) introduz o termo “troca” como o resultado de uma interação social, onde ele considera que ela é um comprometimento de pretensões entre os participantes pelo qual se fornecem bens ou possibilidades como retribuição recíproca.

Conforme Raud (2005), em sua análise das teorias de Durkheim e Weber, e observando o papel das instituições da sociologia econômica clássica, a relação de mercado promove um vínculo social mesmo sem passar por relações pessoais intrínsecas, pois este elo não fica restrito apenas ao ato de troca, mas sim enraizado e contribui para a formação das instituições sociais ou grupos sociais organizados.

3.3 Sistemas Agroalimentares Locais e Circuitos Curtos e de Proximidade

A perspectiva do desenvolvimento territorial incorporou as noções de redes multi-atores e de intercooperações para apreender a realidade de experiências empíricas. (CAZELLA et al, 2020). Em contexto, conforme Schneider (2016), os mercados são constituídos das relações sociais, entre agentes econômicos, que no caso podem ser considerados tanto produtores quanto consumidores, com interesses mútuos na transição de bens, produtos, recursos e qualquer outro ativo. E nessa mesma linha de raciocínio que Pecqueur (2006) constrói um diálogo referente ao território, voltando ao âmbito local, e define o modelo de Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST), citando que os sistemas agroalimentares localizados podem ter denominações muito mais complexas, quando estes produzem vários bens e serviços, e ao combinarem-se, sintetizam uma oferta particular, determinante ao lugar.

Portanto, circuito curto ou de proximidade é definido como “o modo de comercialização de produtos agrícolas que busca o estabelecimento de relações mais diretas entre agricultores e consumidores” (GUZZATTI; SAMPAIO; TURNES, 2014). Neste mesmo sentido, Para Wilkinson (2008), para os agricultores manterem-se com

maior grau de autonomia e menos dependência nos mercados, é estratégico priorizar os mercados territoriais e de proximidade social, pois são nestes em que se consegue atuar por meio cadeias curtas alimentares regionais.

Segundo Tibério et al. (2013), circuito curto agroalimentar é um modo de comercialização que se efetua ou por venda direta do produtor para o consumidor ou por venda indireta, com a condição de não haver mais de um intermediário. A ele se associa uma proximidade geográfica (municípios e municípios limítrofes) e relacional entre produtores e consumidores. Os mesmos autores definem os sistemas agroalimentares como um conjunto de atividades interligadas, gerando uma comunidade de interesses localizados, onde a produção, transformação, distribuição e o consumo de produtos alimentares têm objetivos de fomentar a utilização sustentável dos recursos naturais, ambientais, econômicos, sociais e nutricionais de um território.

Para Ferreira et al. (2016) a troca de mercadorias está contida na história humana desde os tempos mais antigos, primeiro pela forma de escambo ou troca de mercadorias e depois com a aparição de uma moeda de troca fixa, o que corresponde ao mercado atual como ambiente virtual ou social que promova as trocas bens e/ou serviços. E conforme o aumento populacional, os bens e serviços apresentam-se ainda mais ramificados, tornando-os em grande parte “refêns” de intermediários ou popularmente conhecidos como “atravessadores” que se tornam corporações e que muitas vezes cometem abusos, principalmente ao que tange ao valor dos produtos, encarecendo estes na aquisição pelo consumidor final. Isso também fica bem explícito por Ferreira et al; (2016), pois os autores associam o crescimento do agronegócio à capacidade dos intermediários obterem vantagens econômicas justamente do posicionamento estratégico na logística de distribuição.

Ainda neste contexto, Ferreira et al. (2016), citam que os mercados alternativos podem ser considerados como mais sustentáveis, pela integração aos campos social, ambiental e econômico, gerando menos impactos. Também complementam que eles promovem a reconexão entre elementos que foram afastados pelo mercado convencional, pode-se citar como estes elementos: produção e consumo, quem produz e o seu próprio território. E isso tudo está inteiramente ligado à tomada dos valores culturais da produção, ao reconhecimento da identidade do produto e da forma como o produtor produz.

De mesmo modo, Pretty et al. (2005) afirmam que a distância que os alimentos percorrem, desde o local de produção até o local de consumo do alimento, vai ao longo desde ciclo acarretando um aumento no preço final. Isso ocorre devido aos custos

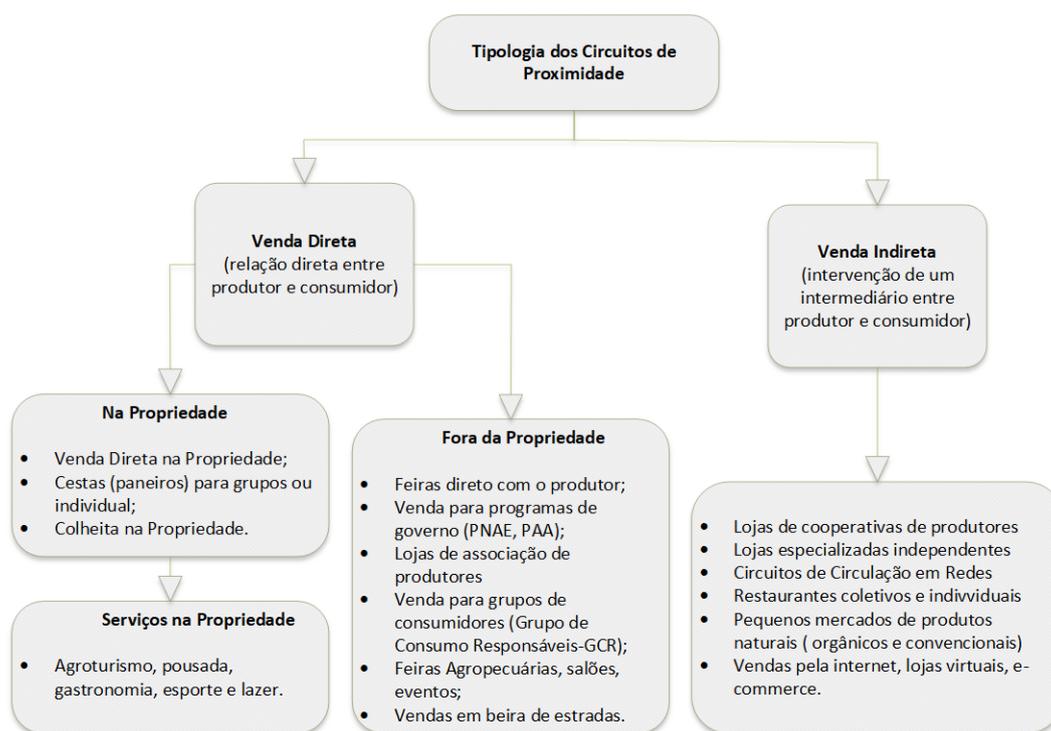
econômicos com logística (transporte e combustível), custos ambientais, sociais e de saúde decorrente aos deslocamentos destes alimentos, os autores chamam isso de milhas de comida ou simplesmente “*food miles*”, termo em inglês que se refere à distância que o alimento percorre até ser consumido.

Corroborando o exposto, Wegner e Belik (2012), em análise de duas grandes redes de supermercados nacionais do Brasil, constataram que o faturamento deles corresponde a aproximadamente 40% da comercialização de hortaliças, legumes e outros vegetais comprados no mercado interno. Os mesmos autores afirmam que as condições de negociações são um dos principais obstáculos que o agricultor familiar enfrenta no Brasil.

Os circuitos curtos de comercialização, entre eles o mercado de cestas, são alternativas importantes aos mercados convencionais e integrados ao sistema agroalimentar corporativo, de modo que são estratégias inovadoras, melhores adaptadas à lógica da agricultura familiar e aos diferentes contextos em que ela se insere. Nesse sentido, o mercado de cestas apresenta proximidade com a agroecologia e dialoga com seus princípios, isto é, com os princípios da autonomia, da solidariedade, da segurança e soberania alimentar, da justiça social, dos saberes populares e da aproximação entre quem produz em quem consome alimentos (DAROLT et al, 2016).

Alguns autores elaboraram e utilizam um organograma para exemplificar de maneira geral como funciona o modelo organizacional dos circuitos curtos e de proximidade, a figura 2 mostra essa tipologia, e a construção do mercado agroecológico com base em grupos de consumo estará situado dentro dessa lógica.

Figura 2 – Tipologia de circuitos curtos de comercialização de produtos agroecológicos.



Fonte: Adaptação feita pelo autor com base em Darolt *et al.* (2016)

Para Darolt e Rover (2021), a dinâmica de aproximação produção-consumo mobiliza distintos atores sociais, desde produtores e suas associações, até consumidores organizados, passando por intermediários que irão implementar de forma positiva a lógica camponesa e sua distribuição de alimentos. É comum intermediários perceberem a possibilidade de escoamento de produtos orgânicos/agroecológicos para um nicho de mercado cada vez mais crescente, contribuindo assim com esse circuito e valorizando os processos e aproximação entre produção-consumo.

Da mesma forma, Oliveira (2018) ressalta que as transações socioeconômicas em circuitos curtos proporcionam vantagens econômicas, sociais e culturais localmente com base na realização das práticas de reciprocidade entre os envolvidos, ou seja, uma intensa troca de favores e ajudas realizados entre vizinhos na comunidade, favorecendo a formação de associações, cooperativas e outras organizações autogeridas pelos sujeitos da própria localidade. Entre outros formatos organizativos pode-se citar à venda de porta em porta, às feiras livres, as cooperativas agrícolas, programas oriundos de políticas públicas como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) do Governo Federal.

Em estudo realizado na feira orgânica da Praça Brasil em Belém-PA, Pacheco e Simões (2017) concluíram que a construção de mercados agroecológicos deve permitir que o consumo de alimentos mais saudáveis possa atender a todo o sistema, desde quem produz até os caminhos que ele percorre até seu consumidor final. E essa teia social agroecológica traz reflexões acerca da importância alimentar e permite o pensamento de modo sistêmico, estimulando a sociedade a ser mais consciente e perceber o tamanho da responsabilidade socioambiental que se tem com o planeta. Apesar dos resultados instigantes sobre consciência agroecológica, foi constatado também que o acesso ao debate referente a produção orgânica, agroecologia, sistemas agroalimentares locais são restritos a uma classe média altamente escolarizada, reforçando a ideia de que alimentar-se bem e ter uma vida saudável em uma metrópole ainda é um privilégio de poucos, corroborando a afirmação de Bourdieu (2007), onde o gosto tem a funcionalidade elementar de coesão dentro das classes, vinculando uma pessoa socialmente classificada a uma série de objetos, pessoas, saberes, opiniões, discursos.

Os resultados de Pacheco e Simões (2017) também reforçam o estudo de Barreiros (2013) sobre a teoria das bases sociais do consumo sustentável, que dialoga sobre a sociedade e seu lugar no espaço, e diz que as preferências de consumo por alimentos orgânicos estão associadas às diferentes posições que o indivíduo ocupa no espaço social.

Mesmo com o desafio de garantir a viabilidade de um mercado alternativo alimentar em meio a uma sociedade enraizada ao modelo convencional, as redes alternativas surgem, portanto, com excelentes propostas e práticas para assegurar o acesso a alimentos saudáveis para todos, tendo características antagônicas ao modelo convencional. Os mercados alternativos possuem canais de comércio que se diferem na forma de alcançar o consumidor, tendo um dinamismo diferente dos mercados convencionais. Para corroborar o exposto e o que foi citado pelos autores acima e melhor visualização dos circuitos de proximidade em comparação com o mercado alimentar convencional, é importante pontuar distinções (Quadro 2) entre estes dois modelos mercadológicos:

Quadro 2: Principais características antagônicas entre o Mercado Alimentar Convencional e os Circuitos de Proximidade.

| CARACTERÍSTICAS E CATEGORIAS DE ANÁLISE | SISTEMAS AGROALIMENTARES LOCAIS - CIRCUITOS DE PROXIMIDADE | MERCADO ALIMENTAR CONVENCIONAL - CADEIAS LONGAS |
|--|---|---|
| GESTÃO | Autogestão, maior participação e intercooperação | Gestão por contratos e cooperativismo industrial |
| QUALIDADE | Diferenciação, visão de processo (qualidade biológica, frescor, sabor, gastronomia), segurança alimentar | Padronização, especialização, características visuais do produto (aparência, tamanho, durabilidade) |
| LOGÍSTICA DE FORNECIMENTO | Ainda em construção quanto a infraestrutura e processos. Possui grande complexidade por conta da diversidade de produtos sazonais, acompanhamento dos produtores e situações de abastecimento. | Adaptada à larga escala, possui extensas organizações e divisões de funções e especialização de produtos e processos. |
| RELAÇÃO COM OS ATORES ENVOLVIDOS | Construções sociais, resgate de valores tradicionais, costumes de vida, confiança, solidariedade, transparência, democracia alimentar e consumo político. | Relações impessoais, lucratividade e foco na compra e venda, competição, anonimato dos produtores. Quem ganha visibilidade são os grandes distribuidores. |
| SISTEMAS DE PRODUÇÃO PREDOMINANTE | Agroecológico, orgânico e agricultura familiar (AF) | Convencional, industrial e empresarial. |
| DISTÂNCIA E RELAÇÃO COM CONSUMIDORES | Aproxima produtores e consumidores, identidade territorial, informações sobre a origem dos produtos, dos produtores e de seus sistemas produtivos. Possibilidade de “feedback” dos consumidores em relação aos produtos fornecidos. | Distancia produtores e consumidores (Geograficamente, informacional e relacional) |

Fonte: Organizado pelo autor com base em Darolt e Rover (2021)

Portanto, é notório a disposição das duas distintas formas de produzir e comercializar, e infelizmente a problemática da fome ainda é uma grande questão, além do problema da qualidade dos alimentos, sem contar o uso inadequado dos recursos naturais necessários para a produção. Isso tudo nos leva a pensar em novas maneiras para combater esses problemas e reverter esse processo, estimulando a transição para agriculturas mais sustentáveis, daí surgem novos horizontes como é o caso do comércio mais justo e da economia solidária, onde os grupos de consumo responsáveis estão inseridos.

3.4 Comércio Justo, Economia Solidária e Grupo de Consumo Responsável

Os movimentos sociais podem ser entendidos como redes complexas que unem pessoas e organizações sem uma fronteira bem delimitada, na luta de causas comuns. Nesses movimentos, a própria identidade vai-se formando de maneira dialógica, a partir das discussões e das identificações sociais, éticas, culturais e políticas comuns a seus membros. Estes movimentos têm como objetivo transformar a sociedade com propostas alternativas aos sistemas e modelos socioeconômicos vigentes (SCHERER-WARREN, 2005).

Cotera e Ortiz (2009) colocam uma linha de pensamento associando estes movimentos sociais e o comércio com a perspectiva de estabelecer preços justos, incluindo a adoção de padrões sociais e ambientais equilibrados nas cadeias produtivas, propiciando o encontro de produtores responsáveis com consumidores éticos.

O consumo responsável deve partir de um pressuposto inverso ao pensamento dominante, ou seja, ao contrário do desenvolvimento exclusivamente focado nos resultados econômicos. As expressões “consumo ético”, “consumo responsável” e “consumo consciente” emergiram como maneiras de incluir também os outros aspectos de sustentabilidade, além do ecológico. A sustentabilidade do consumo, dessa maneira, envolve a escolha de produtos que respeitam os recursos naturais, que amparam os trabalhadores e que estimulam o respeito humano, como a igualdade de gênero, a proibição de trabalho infantil ou de trabalho forçado. Além do mais, estimula-se a aquisição do necessário, sem exageros ou distorções. (STELZER et al, 2016).

Nesta mesma vertente, Gonzaga, Guerra e Rocha (2015), afirmam que o simples fato de reunir pessoas com ideologias comuns para o consumo, voltadas a adquirir alimentos diretamente com os produtores, potencializa a interação entre os elos produtor-consumidor. E esse contato e comunicação entre esses agentes vai promover uma economia pautada por vínculos de confiança e afeto. Complementando assim, o entendimento de economia solidária de Pistelli e Mascarenhas (2011), que dialogam referente as redes solidárias envolvendo diversos atores de uma cadeia produtiva, que buscam benefícios coletivos a partir da cooperação na produção, na intermediação e no consumo.

No âmbito legal, os termos “Comércio Justo e Solidário” e “Economia Solidária ou Empreendimentos Econômicos Solidários” são definidos pelo Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário que foi instituído apelo decreto Nº 7358, de 17 de novembro de 2010, em seu artigo 2º, e entende-se:

I - Comércio Justo e Solidário (CJS): “prática comercial diferenciada pautada nos valores de justiça social e solidariedade realizada pelos empreendimentos econômicos solidários”

II- Empreendimentos econômicos solidários: organizações de caráter associativo que realizam atividades econômicas, cujos participantes sejam trabalhadores do meio urbano ou rural e exerçam democraticamente a gestão das atividades e a alocação dos resultados;

É interessante ressaltar também a conceituação do termo “Grupo de Consumo Responsável – GCR”. Pistelli e Mascarenhas (2011) no livro “Organização de Grupos de Consumo Responsável” definem de forma singular que um GCR é a intervenção do consumidor que entende que suas escolhas diárias influenciam na sua própria qualidade de vida, na sociedade, na economia e na natureza. Com isso, esse consumidor (um indivíduo, um grupo ou uma instituição) busca alternativas, ajudando a construir opções saudáveis, sustentáveis e responsáveis de produção, comercialização e consumo.

Desse modo, portanto, os mercados alternativos surgem também acompanhados de determinadas características para o âmbito local, como é o caso da importância da participação e do desenvolvimento local. O conceito de desenvolvimento local surge a partir das discussões críticas aos modelos centralizados de planejamento e àqueles modelos construídos pelos países desenvolvidos e impostos aos países em desenvolvimento, através de agências internacionais de financiamento. Esses modelos visavam quase que exclusivamente ao crescimento econômico e, em muitos casos, traziam poucos resultados efetivos nos países implantados. Quando estes modelos conseguiam atingir um crescimento econômico, este não era acompanhado de distribuição de renda nem de melhoras nas condições sociais da população. (Furtado, 1998).

Vasconcellos e Rocha (2010) expõem que o espaço político na sociedade atual passa a ser ocupado por grupos distintos e novas maneiras de atuação que buscam substituir as formas antigas de representação dos diversos interesses de diferentes coletivos. Além disso, as circunstâncias da pobreza regional associada à devastação dos recursos naturais, necessariamente induz à discussão participativa do desenvolvimento local em bases ambiental, econômica, social e sustentáveis.

A parceria se apresenta como um dos pilares essenciais para efetividade de políticas públicas e de modelos de desenvolvimento economicamente viável, socialmente justo e ecologicamente correto. (VASCONCELLOS; VASCONCELLOS, 2008).

No contexto da produção agroecológica, Aquino e Assis (2007) abordam que os sistemas agrícolas orgânicos, oriundos de áreas urbanas e periurbanas, além de processos ecológicos, envolvem também processos sociais, sendo a agricultura o resultado da coevolução de sistemas naturais e sociais. E conforme Franco (2004), uma das maiores barreiras para uma comunidade promover seu próprio desenvolvimento é a falta de confiança mútua, que impede a ação coletiva.

A participação, portanto, é uma experiência democrática que conduz à inovação no modo de formular, implementar e controlar políticas públicas, servindo à construção do interesse coletivo, mediante direito de expressão, proposição e debate conferidos a todos os atores sociais, que podem exercê-la de maneira presencial, na micro escala – em conselhos municipais, comitês gestores, movimentos sociais, colegiados de órgãos públicos, audiências públicas, assembleias, comissões, conferências etc. – ou de forma virtual, em macro escala, através, por exemplo, do uso de eficientes ferramentas de tecnologia da informação e de arranjos interfederativos de governança (ALBUQUERQUE, 2016).

Com um olhar voltado à questão agrária na Amazônia e trazendo a discussão para o GRUCA em específico, Santos e Bringel (2017) ressaltam que o grupo é um componente ativo da questão agrária, valorizando a luta da agricultura camponesa, pois ele vai além da compreensão apenas mercadológica e da comercialização de produtos agroecológicos, ele representa consigo a resistência a conceitos de soberania e segurança alimentar, e dissemina reflexões da luta da agroecologia, a luta contra os grandes latifúndios, os mercados convencionais e o agronegócio, sendo portanto favorável à reforma agrária.

Com base na literatura apresentada, percebe-se a interação entre os conceitos de circuitos de proximidade, economia solidária, comércio justo e os grupos de consumo responsáveis, que no caso do GRUCA em específico trabalha com o que alguns autores como Cazella et al (2020) chamam de Cestas de Bens e Serviços Territoriais (CBST), mas o presente trabalho utilizará o termo “Paneiros” ou “Paneiros Cabanos” para designar estas cestas, como já abordado por Hirczac et al. (2008) quando organizaram a composição sobre o “Le modèle du panier de biens”. E Gonzaga, Guerra e Rocha (2015) expõem que este termo simbólico *paneiros cabanos* é um tipo de cesto de origem

amazônica muito utilizado nas feiras para armazenar alimentos e que também tem suas origens em homenagem à Revolução da Cabanagem, que foi uma revolta popular e social ocorrida durante o Império no Brasil e ocorreu na antiga Província do Grão-Pará.

No cenário atual, é evidente que o intermédio digital na vida social se expandiu e hoje é fortemente presente em toda sua proporção. Pode-se considerar praticamente impossível exercer alguma atividade cotidiana sem o uso de tecnologias digitais. A agricultura e os sistemas agroalimentares estão inclusos também nesta realidade, mesmo que seja notável problemas de manuseio e acesso das tecnologias digitais nas áreas rurais (ROLANDI et al., 2021; CAROLAN, 2020; BRONSON, 2020).

A Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura – Unesco, em uma publicação de 2017, intitulada “Sociedade Digital: hiatos e desafios da inclusão digital na América Latina”, faz colocações interessantes acerca da demanda de uso da internet residencial e também do uso individual, afirmando que tanto um quanto o outro estão interligados não exclusivamente com a renda, e incluem indicadores conectados à esfera sociodemográfica. Em outras palavras, eles associam esta demanda digital com o grau de instrução, escolaridade, gênero e localização geográfica (tanto área urbana, como rural).

Recentemente, o Banco Mundial (2016), quando apresentou o relatório sobre o desenvolvimento mundial, afirmou que aproximadamente 60% da população mundial não apresentava um acesso concreto e estável à economia digital. Isso quer dizer, portanto, que mais da metade da população mundial não possui acesso à internet com qualidade. Uma discussão importante que se faz presente no relatório é em relação ao crescimento da conectividade e uso da tecnologia nas empresas, contudo o ritmo de crescimento produtivo a nível global não acompanha este crescimento em acesso, ocorrendo também um aumento da concentração em mercados, contribuindo com a precarização do trabalho.

Ainda sobre o relatório do Desenvolvimento Global de 2016, ele corrobora também pontos positivos acerca da temática, citando que a internet é promotora de inovação, inclusão e eficiência. Dentre esses pontos, vale a pena ressaltar e organizar três grandes bases. Primeiramente a redução das disparidades informacionais que geram barreiras entre a participação de pequenos agricultores e empresas nos mercados. Por segundo, as oportunidades de trabalho, emprego e renda, associadas principalmente a uma eficiência de trabalho. E por terceiro, a participação social, e possíveis processos de democratização do acesso e dilatação as capacidades tanto individuais quanto coletivas.

Alguns autores como Schmitt (2017) e Grohmann (2020) entram em um assunto base quando se fala na plataformização do trabalho, eles citam que esses processos, juntamente com a flexibilização, terceirização e precarização são divisores entre incluídos e excluídos. Para Niederle et al (2021), as questões que envolvem a inclusão produtiva estão cada vez mais complexas e difíceis, isso se deve ao fato de que o mundo da comercialização ou do trabalho em si está em constante transformação, da mesma forma que hoje, ter um trabalho ou está inserido em algum meio de ocupação já não é sinônimo de inclusão.

Desse modo, segundo Alvear et al. (2020), o desenvolvimento de projetos utilizando a tecnologia de forma participativa, com o diálogo entre usuários e desenvolvedores, resume o conceito de Design Participativo. Conforme os autores, em experiência com a plataforma da feira Terra Crioula, que é interligada ao Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST) no Rio de Janeiro, mostra, em prática, que a utilização de ferramentas digitais como um *site* reduz as tarefas manuais dos agricultores familiares, principalmente na confecção de pedidos dos clientes e conduzindo desta forma um aumento do volume de vendas dos alimentos. O uso de *sites* também auxilia no acesso a informações para que os agricultores possam planejar sua produção, em função do conhecimento do histórico das vendas nos mercados onde atuam.

A plataforma utilizada para a construção do site para a comercialização da cesta agroecológica do GRUCA foi a plataforma *Wordpress*, que possui uma característica *open source*, ou seja, de código aberto. E segundo Silveira (2014), *software* livre ou de código aberto, pode ser definido como um movimento que tem o seu objetivo principal a luta pela liberdade de conhecimento, onde os próprios usuários têm autonomia para utilizar, modificar e distribuir o software.

Conforme o exposto, a ideia de Alvear et al (2020) corrobora o que foi expressado por Bittencourt e Caldas (2004), que dialogaram sobre o sistema de comercialização agrícola através da internet e comércio eletrônico. Estes autores citam que o uso da operacionalidade digital na agricultura vai quebrar a relação comercial predatória do pequeno produtor rural, principalmente daqueles que não conseguem escoar sua produção, permitindo assim que eles sejam inclusos no mercado através de uma nova estrutura moderna de comercialização. Por outro lado, Carvalho, Santos e Carvalho (2015), concluem que a escala dessa comercialização pode ser um obstáculo ao comércio eletrônico agrícola, pois a quantidade de pedidos pode ter um número pequeno,

geograficamente dispersos e a sua entrega pode ser de forma fracionada, aumentando, portanto, os custos da logística de entrega.

Gazolla e Aquino (2021) analisaram este cenário das plataformas digitais na agricultura familiar durante este período de pandemia da Covid-19, observando diversas iniciativas pelo Brasil, e tiveram conclusões muito válidas em relação à construção social do mercado da agricultura familiar. Uma delas é a capacidade de se reinventar aos momentos adversos, criando novos modos de relação de mercado e canais de escoamento, e tudo isso a partir de teias curtas de comercialização. Concluíram também que as estratégias de acesso a plataforma *online* não podem ser de forma isolada e de modo individualizado, há a necessidade do trabalho coletivo para a construção social deste mercado, sem contar que a participação do poder público ainda é muito incipiente para com essas iniciativas, corroborando a ideia da necessidade de incentivos por parte do Estado.

4 METODOLOGIA

A pesquisa consiste em um estudo de caso, com o objetivo exploratório e abordagem qualitativa. A área de estudo está localizada na região dos municípios de atuação dos Paneiros da rede GRUCA + Iacitató, que tem sua distribuição geográfica em grande parte na Região Metropolitana de Belém (RMB), mas também possui parceiros externos que serão identificados ao longo do trabalho.

4.1 As modalidades de pesquisa utilizadas

Bibliográfica –foi utilizada para conhecer toda a literatura em que o objeto de estudo se encontra e os trabalhos que já foram realizados a respeito do mesmo; será utilizada também para fazer comparações de cenários em relação a temática.

De campo –foram realizadas visitas nos locais de produção para acompanhar toda a logística da produção agroecológica;

Participante – participação nas atividades do GRUCA, como as vivências nos locais de produção, a possibilidade de coleta dos produtos diretamente com os produtores, montagem dos paneiros e também participar das entregas desses produtos.

4.2 Os procedimentos técnicos utilizados

5.2.1 Observação Participante: foi realizado o acompanhamento da gestão do Grupo tanto de forma virtual (Grupo no *WhatsApp*, Pedidos na plataforma *WordExpress*) e também presencial, realizando visitas nas propriedades dos principais produtores parceiros do GRUCA, tendo o contato e conversas com esses agentes locais, observando e participando do seu cotidiano, fazendo também o registro fotográfico das visitas desde a produção dos alimentos, do escoamento da produção e seus caminhos até a chegada aos consumidores, bem como as vivências nos locais de produção.

4.2.2 Entrevistas semiestruturadas e Formulários de Pesquisa: este procedimento está dividido em duas etapas:

- 1- Entrevistas, contendo perguntas abertas e fechadas, com Produtores e Interlocutores-chave do grupo, buscando obter informações sobre o histórico do GRUCA desde o seu surgimento, realizar um estudo etnográfico baseados na metodologia da observação participantes exposta por Angrosino (2009) e Mattos

(2011), os locais de origem/nascimento dos produtores e suas histórias de vida, características do campo, estrutura familiar, nível de escolaridade, atividades que desenvolvem, diversidade produtiva, características analíticas como as dificuldades no manejo dos produtos e o que pode vir a ser promissor para o mercado agroecológico local.

2- Utilização de formulário de pesquisa via *Google Forms*, onde foi disponibilizado o *link* no grupo do *WhatsApp* e também enviado para o e-mail dos Consumidores que optaram em participar da pesquisa, objetivando conhecer as características sociais deles, o tempo que fazem parte do grupo e como conheceram, quais os principais produtos que consomem, o que lhes motiva a consumir produtos agroecológicos, a frequência com que fazem os pedidos na plataforma virtual, dificuldades encontradas em adquirir produtos orgânicos, possíveis outros locais onde eles obtêm esses produtos, a interação deles com os produtores, o entendimento deles em relação a estrutura de grupo de consumo responsável.

4.2.3 A organização dos dados da pesquisa se deu da seguinte forma:

Todos os dados são considerados primários: dados da pesquisa de campo, dados organizados conforme a obtenção a partir dos relatórios da plataforma virtual (Categorias de Produtos; Pedidos, Produtos e Receita), dados fornecidos pela gestão financeira do próprio GRUCA e informações obtida partir dos formulários de pesquisa com os entrevistados (produtores e consumidores).

4.2.4 A disposição dos resultados foi organizada em dois capítulos, são eles:

CAPÍTULO I - Agroecologia urbana e periurbana: o histórico e a atuação do grupo para consumo agroecológico (GRUCA) e CAPÍTULO II - A importância do consumidor na construção dos circuitos curtos de comercialização.

4.3 PRODUTOS

4.3.1 Cartilha Digital

Foi desenvolvida uma cartilha digital, com o intuito de fazer com que o público em geral e os consumidores do grupo conheçam a trajetória e a construção social de um grupo de consumo responsável, bem como aproximá-los de práticas agroecológicas.

Também estimular a consciência dos consumidores, para que conheçam a sua importância e o seu papel para a manutenção de um grupo de consumo responsável, buscando também alcançar esferas sociais pouco ativas nesse tipo de organização, fornecendo informações sobre a importância de produtos agroecológicos para a segurança alimentar e nutricional. Incluindo também neste produto os mapas presentes na dissertação, para demonstrar os circuitos de proximidade do GRUCA e sua estrutura de produção e fornecimento de produtos agroecológicos na Região Metropolitana de Belém (RMB).

4.3.2 Mapas e Cartografia Socioprodutiva

Os mapas e a cartografia social foram produzidos com o intuito de identificar como está disposta geograficamente a rede de parceiros do GRUCA, sua diversidade produtiva e os consumidores que compõem a rede. Estes produtos servirão como base para análises de todo o circuito de proximidade do presente estudo, visando contribuir para a valorização da cultura alimentar local, sua importância econômica e socioambiental. Espera-se que seja de valia também ao grupo, auxiliando em suas tomadas de decisões, bem como apoiar futuras análises e pesquisas.

4.3.3 Resumos Executivos

Desenvolvido com o intuito de fornecer informações concisas sobre a pesquisa, mostrando ao Poder Executivo (Prefeitura Municipal de Belém) e ao Poder Legislativo (Câmara Municipal de Belém) os principais resultados encontrados acerca da construção social do GRUCA e o mercado agroecológico na RMB, onde são destacados pontos que o poder público pode atuar para mitigar os desafios encontrados, e incluem proposições para atenuar esses desafios. Foi feito um Resumo Executivo para cada órgão, tendo em vista que são poderes distintos.

4.3.4 Instrução Normativa

De forma geral, este produto consiste em um documento formal, que estabelece um conjunto de regras e normas acerca do objeto de estudo e será direcionado a órgãos públicos específicos, buscando instruí-los e informá-los acerca dos resultados que foram encontrados na presente pesquisa e pressupondo que o documento exerça uma função complementar de leis, resoluções e decretos.

De modo mais específico, será construída com base na Resolução nº 06 de 08 de maio de 2020 do FNDE, tentando alcançar o objetivo de solucionar os obstáculos

encontrados durante a pesquisa. Como resultados, espera-se que este documento sirva como base para tomada de decisões e implementações positivas para a sociedade, em particular todas as envolvidas com o estudo.

5 RESULTADOS, DIFICULDADES E CARACTERÍSTICAS PROMISSORAS PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL SUSTENTÁVEL

5.1 CAPÍTULO I - Agroecologia urbana e periurbana: o histórico e a atuação do grupo para consumo agroecológico (GRUCA)

Como resultados, pôde-se observar que o GRUCA tem as suas origens pautadas a um vasto questionamento sobre o ser humano e a natureza, buscando entender o processo do modelo econômico atual pós Revolução Industrial do século XIX e as mudanças nas relações produção-consumo oriundas com a Revolução Verde e seus padrões de consumo atuais. Mais do que entender, ele surge com a proposta de romper a barreira do padrão de consumo atual, questionando-se: quem seriam os verdadeiros vencedores e perdedores do modelo atual de consumo? Será que a velocidade da produção e a grande disponibilidade de produtos a nível global viria acompanhada de qualidade de vida? Quem seriam os mais favorecidos?

Para isso, pensando de forma crítica, o GRUCA utiliza um embasamento teórico objetivando o processo de desenvolvimento do grupo de forma contínua e caminhando sempre para uma estrutura de autogestão a partir da recriação das formas de relação, como expostas por Midori et al. (2009), citando que as compras coletivas fortalecem a construção de novos espaços, estruturados por relações autogestionadas, cooperativas, menos hierarquizadas, e que permitem, pelo dinamismo que promovem, ações cada vez mais criativas entre seus participantes. E que toda essa aproximação da interação entre consumidor e produtor estará englobada na construção de um processo complexo de ação-reflexão-ação de Paulo Freire (2005). Também levando em consideração a construção de saberes neste processo e valorizando a ação do consumo como uma atividade tática na “politização das práticas cotidianas” de Michel de Certeau (1986).

O GRUCA teve o seu “nascimento” no segundo semestre de 2014, fruto de um trabalho acadêmico do Instituto Amazônico de Agriculturas Familiares (INEAF) da Universidade Federal do Pará (UFPA). Segundo Gonzaga, Guerra e Rocha (2015), o processo de desenvolvimento do GRUCA consistiu em: reuniões dos membros para decisões a respeito do funcionamento do grupo, encontros/visitas aos produtores e à Feira Orgânica da Praça Brasil em Belém, entregas das cestas de bens e por último realizou-se considerações sobre a experiência deste grupo de consumo responsável. A partir das

reuniões foram elaborados e acordados os seguintes pontos como propostas/premissas iniciais para o grupo: O grupo não visa lucro e prega a transparência. Os preços dos produtos serão os cobrados pelos produtores (as); busca-se a autogestão; os associados/integrantes são os responsáveis pela forma de trabalho do grupo; Decisões relevantes serão tomadas pelo coletivo; responsabilidades individuais devem ser assumidas para o grupo funcionar.

Conforme Gonzaga, Guerra e Rocha (2015), a primeira movimentação do grupo, em 2014, consistiu em visitas na feira orgânica da Praça Brasil, em Belém/ PA, que até o presente momento possui parceiros, onde primeiramente foi realizado um levantamento dos(as) produtores(as) da feira por intermédio de um formulário e com base nos resultados, conseguiu-se inicialmente envolver 13 produtores(as) e informações sobre aproximadamente 180 produtos. Nota-se que houve uma redução dessa quantidade de produtos comercializados pela rede em virtude da melhor organização, disponibilidade e distribuição atual.

Figura 3: Movimentações iniciais do GRUCA e seus paneiros.



Fonte: Grupo do GRUCA na rede social *Facebook*, 2022.

Atualmente, o processo de comercialização dos produtos agroecológicos ofertados por intermédio da loja virtual, são resultados de uma rede que engloba famílias

produtoras da Feira Orgânica de Belém, de comunidades tradicionais, de coletivos de mulheres, algumas ligadas ao movimento *slow food*, de territórios de reforma agrária do estado do Pará e também algumas interconexões com outros territórios de reforma agrária de outros estados Minas Gerais, Rio Grande do Sul e São Paulo. Vale ressaltar que algumas destas famílias estão organizadas em cooperativas ou associações, outras não.

Outra atividade ou o que se pode chamar de ação, promovida pelo GRUCA é o Microcrédito Solidário, que consiste em um “empréstimo” que acontece por parte dos consumidores aos produtores que precisam, por exemplo, de alguma ajuda de custo para sua produção. Isto ocorre sem o pagamento de juros posteriores e os produtores compensam com o que é produzido no seu próprio território.

A respeito desses exemplos de ações e interações, no livro “Circuitos Curtos de Comercialização, Agroecologia e Inovação Social”, organizado por Darolt e Rover (2021), elas são citadas, no que diz respeito à comercialização e a construção social destes circuitos de proximidade e são consideradas como uma inovação social. Isso ocorre não exclusivamente por englobar dinâmicas inéditas entre produtores e consumidores, mas também porque este microcrédito permite a criação de novas formas de comércio e trocas, baseadas e reorganizadas em relações de reciprocidade e valores.

A equipe de gestão, por meio das redes sociais e da plataforma virtual, mostra as atividades do GRUCA ao público em geral, buscando também de agregar novos membros. Para isso, há uma equipe de gestão de comunicação que tem como prioridade exteriorizar essas atividades e ressaltar os agricultores e agricultoras como protagonistas, mostrando seus territórios, seus saberes, receitas e dicas de consumo.

E a gestão de comunicação também possui membros do GEDAF/UFPA e com essa parceria com o GRUCA desenvolveram dois trabalhos voltados à valorização dos produtores, seus saberes e memórias e inovações sociotécnicas, gerando produtos como os Portfólios do GRUCA, que surgiram como um projeto piloto na época da pandemia da covid-19 em 2020, e foram desenvolvidos principalmente por duas alunas bolsistas PIBIC (Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científicas), vinculadas ao CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) e que estão disponíveis na plataforma do grupo. Os trabalhos foram publicados na plataforma do GRUCA (<https://paneiro.cestaagroecologica.com.br/>) e também na Revista Universidade e Meio Ambiente (REUMAM) do NUMA/UFPA pela autoria de Aquino et al (2020), os mesmos afirmam que os portfólios é uma forma de aproximar produtor e consumidor:

“O portfólio é uma necessidade que também está vinculada aos tempos de pandemia da Covid-19. É preciso que haja uma maneira de aproximar consumidores e produtores, mesmo que essa aproximação não seja fisicamente aproximada” (AQUINO et al, 2020)

O segundo trabalho consistiu em um filme, intitulado “Caminhos que alimentam: uma experiência de consumo agroecológico na Amazônia”, dirigido por uma aluna também do PPGEDAM (sendo um dos produtos de dissertação) e pelo articulador do GRUCA e agricultor do Sítio do Velho Roque, o filme é oriundo de um projeto selecionado pelo Edital de Cultura Alimentar, a partir da Lei Aldir Blanc da Secretaria de Cultura do Estado do Pará E também foi exibido no Gaia International Film Festival - Stories of Lands and Food, na Itália, em setembro de 2022 e exibido no Black Cat Award International Film Festival em novembro de 2022 na cidade de La Paz, Bolívia. Também está disponível nas redes sociais do NUMA/UFPA.

5.1.2 Vivências Agroecológicas

Uma das principais atividades do GRUCA e que maior permite a interação entre produtores e consumidores, sem dúvidas, são as vivências. Para acontecerem de fato, há basicamente três etapas: planejamento, divulgação e realização. Desse mesmo modo, conforme Consoli et al. (2020), outras iniciativas vêm ganhando destaque utilizando atividades como vivências, como é o caso do Projeto CASA (Comunidade Acadêmica que dá Suporte à Agricultura) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), que utiliza a estratégia das vivências ou como os autores chamam “experiências imersivas coletivas” de forma a disseminar a agroecologia e a valorização da agricultura familiar e seus saberes tradicionais.

O planejamento da atividade consiste em determinar a localidade da vivência e as possibilidades do produtor anfitrião em receber uma certa quantidade de pessoas, bem como organizar interações, como possíveis trabalhos agroecológicos, novidades produtivas, caminhadas, rodas de conversas, banhos de igarapé, etc. Também é feito um planejamento prévio da logística de locomoção dos participantes, onde é comum ocorrer o que alguns chamam de “caronas solidárias”, onde, em conversas, os participantes se organizam e se ajudam nessa questão. As datas também são discutidas para que haja a maior participação possível de consumidores. Vale ressaltar que nas vivências, não

necessariamente os participantes já devem estar atrelados à rede, podendo estar conhecendo o grupo no momento da vivência ou serem convidados por integrantes.

Posteriormente começa o período de divulgação, que geralmente acontece por intermédio das mídias sociais (principalmente nos aplicativos *WhatsApp*, *Instagram* e *Facebook*), como pode ser observada na figura 4, buscando alcançar um número considerável de participantes para que seja viável a realização e também geralmente há um valor simbólico para a participação.

Figura 4: Postagem utilizada para fazer a divulgação das vivências.



Fonte: GRUCA (2022).

Para um melhor entendimento desta atividade do grupo, as vivências vão além de uma breve reunião, elas incluem rodas de conversa acerca de temáticas diversas, caminhadas pelo local, banhos de igarapés quando possíveis, trocas de saberes entre produtores e consumidores e também os chamados “trabalhos agroecológicos”, que consistem em ajudar o produtor anfitrião em alguma atividade de produção. A imagem 1 ilustra um pouco dessas vivências:

Imagem 1: Vivências agroecológicas do GRUCA.



Fonte: Autor.

E no final ou nos intervalos dos trabalhos, sempre há um momento de alimentação, lanche ou almoço, feito tudo pelo(a) agricultor(a) e sua família, e as vezes até mesmo com o auxílio dos próprios consumidores, como será visto na experiência da produção de carne de jaca. O uso da observação participante permitiu ouvir diversos consumidores que participaram das vivências, e estes sempre comentam de forma muito positiva como o comentário a seguir:

“Foi de grande importância para conhecer a forma como esses alimentos são produzidos, além de interagir com os próprios produtores, que cria um ar de familiaridade, conhecendo as suas histórias e a troca de experiências. Aprender um pouco sobre a cultura alimentar foi uma experiência incrível, que nos faz pensar sobre várias ideologias como a alimentação saudável, qualidade de vida, agricultura familiar e comunidade. Nos faz pensar também de que forma podemos fazer para incentivar esse tipo de comunidade, para que seus saberes camponeses sejam preservados e que eles possam continuar produzindo para o seu próprio consumo e sustento” (Relato de uma consumidora do GRUCA).

Pelo relato, é impossível não notar o quanto singular e importante é a interação entre quem produz e quem consome, criam laços de familiaridade, portanto, as vivências são consideradas atividades ímpares para essa teia de consumo, essenciais para encurtar a distância entre a roça e o prato.

Para Cascarral (2011), todas essas trocas de experiências entre pessoas ou grupos organizados, buscando conhecer mais sobre diferentes formas de produção, de comercialização, a aproximação com os consumidores, e o aprendizado sobre a organização dos grupos, as parcerias, a autossustentação, fundos solidários (no GRUCA, o microcrédito solidário), entre outras temáticas, são essenciais para o desenvolvimento e aprendizado dos empreendimentos, principalmente por permitirem noções de realidades diferentes.

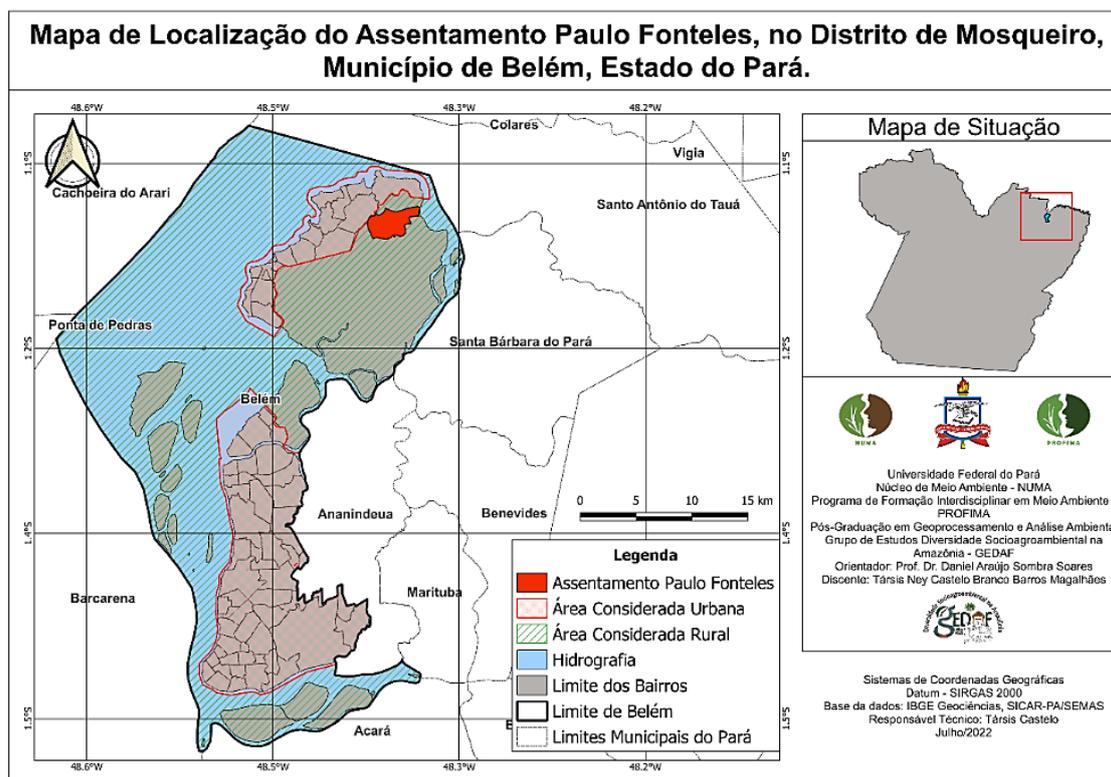
As vivências do GRUCA também poderiam ser inseridas como uma das ações expostas pela Resolução nº 06 de 08 de maio de 2020 do FNDE no que diz respeito ao PNAE, que implica na contribuição de forma educacional nas escolas e no campo, de forma prática, mostrando a importância da alimentação saudável e formas alternativas de produção, portanto promoveriam práticas socioeducativas entre o grupo de consumo e as escolas. Mas para isso, é necessário um instrumento normativo que os encaixe como uma forma educacional, através da interação campo-cidade, contribuindo para a aprendizagem e saúde dos estudantes e que além de tudo, contasse com a participação e aprovação de todos os envolvidos.

5.1.3 A Experiência da produção de carne de Jaca

Dentre as vivências ocorridas, uma em específico foi selecionada para ser apresentada no presente trabalho, pois mostra na prática a reinvenção da agricultura familiar em um tempo adverso, como foi um desafio muito grande a realização de vivências práticas no período de pandemia da Covid-19, portanto houve no período de 2020 a 2021 apenas esta vivência realizada pelo GRUCA. Ela ocorreu com a adoção dos devidos cuidados sanitários por todos os participantes da vivência e devido a esta situação pandêmica, também houve uma baixa participação de integrantes do GRUCA.

A vivência da experiência da produção de carne de jaca teve seu ponto de partida na BR-316, no Município de Marituba, rumo a Mosqueiro, pertencente a um dos distritos administrativos de Belém-PA, a oficina de produção de carne de jaca ocorreu especificamente em um dos pontos de produção parceiros do GRUCA, no lote da articuladora e uma das produtoras do Assentamento Paulo Fonteles (Mapa 2).

Mapa 2: Localização do Assentamento Paulo Fonteles.



Fonte: IBGE Geociências, SICAR-PA/SEMAS. Elaboração: Magalhães, Soares e Simões (2022).

Chegando ao local, a produtora e articuladora local juntamente da sua família, recebeu os integrantes começando com uma roda de conversa, onde contou a história dela desde sua atividade anterior nas barracas de alimentos próximas a ilha de Mosqueiro, até sua chegada ao assentamento, o início e tentativas de começar a plantar, que a princípio foram bem difíceis, mas com o auxílio de sua família, e conhecimentos do seu esposo que tem suas origens em família agricultora, foram superando as dificuldades. E alguns relatos sobre conflitos dentro da área do assentamento, como a manifestação das mulheres camponesas locais para reivindicar a construção da ponte que dá acesso ao assentamento, e hoje é muito útil para a locomoção e escoamento da produção.

Depois foi realizada uma caminhada pela área, onde ela e o esposo mostraram um pouco do que eles produzem, pode observar que os anfitriões produzem os mesmos produtos encontrados por Magalhães, Soares e Simões (2022), em análise de uso e ocupação do solo no Assentamento Paulo Fonteles, onde produzem principalmente mandioca (*Manihot esculenta*) e seus subprodutos (farinha, goma, tucupi, maniva), abóbora (*Cucurbita*), tucumã (*Astrocaryum aculeatum*), açaí (*Euterpe oleracea*), rambutan (*Nephelium lappaceum*), cupuaçu (*Theobroma grandiflorum*), jaca (*Artocarpus*

heterophyllus), etc. E desenvolvem as seguintes atividades pecuárias: avicultura (galinha caipira), bovinocultura, suinocultura e piscicultura (não estava em funcionamento em virtude de uma rachadura), mas todas em pequenos níveis de produção.

Imagem 2: Criação de aves e bezerros na localidade do Assentamento Paulo Fonteles.



Fonte: Autor.

E em relação ao foco da vivência que foi a produção de carne de jaca, eles possuem uma jaqueira logo próxima a casa, onde colheram a jaca e cozinharam inicialmente em um fogão a lenha (imagem 3), vale ressaltar que a jaca deve ser coletada ainda verde, pois ainda não apresenta sabor adocicado, e sem um sabor acentuado, ela poderá absorver melhor os temperos e molhos.

Imagem 3: Fogão a lenha utilizado para o cozimento inicial da carne de jaca.



Fonte: Autor.

Após o cozimento, foi realizado o manuseio para a separação dos dois principais subprodutos para a preparação da carne de jaca: a fibra e a baga. Todos os integrantes presentes participaram desse processo (imagem 4).

Imagem 4: Manuseio da fibra e da baga da jaca com a orientação da produtora e articuladora local.



Fonte: Autor.

O rendimento da jaca foi excelente, sendo aproveitado principalmente a parte mais fibrosa, que depois do cozimento lembra um palmito, ou talvez uma carne de porco desfiada e a baga que envolve a semente aparenta ser uma carne de frango, onde foram os dois principais subprodutos utilizados para fazer o almoço da vivência.

Figura 5: Passo a passo das etapas produtivas utilizadas na vivência para a produção de carne de jaca.



Fonte: Elaborado pelo Autor.

Após a vivência, a carne de jaca foi inserida na loja virtual do GRUCA, onde está sendo comercializada atualmente por doze reais (R\$ 12,00) (Figura 5). E é estimado que a aceitação pelos consumidores seja cada vez maior depois do conhecimento do processo produtivo. Porém, essa aceitação da carne de jaca por parte dos consumidores ainda é um

desafio, devido ser uma produção pioneira do grupo, além de muitos pensarem que se trata de um produto voltado a um público exclusivo, que no caso são os veganos/vegetarianos. Mas esta visão pode ser transformada com o conhecimento do processo produtivo, informações nutricionais, atentando para o fato de que carne de jaca pode não ser considerada apenas um alimento complementar, mas também um alimento que possa suprir as necessidades nutricionais tanto quanto as principais proteínas consumidas no cotidiano.

Figura 6: Carne de Jaca disponibilizada no sistema de pedidos dos paneiros do GRUCA.



Fonte: Plataforma Virtual do GRUCA (Plataforma *WordPress*).

Como observado, a vivência valoriza de forma ímpar a interação entre agricultores e consumidores, estreitando seus laços e novas formas de se relacionar em um mercado alternativo, sem contar a reinvenção dos agricultores familiares do mercado agroecológico que buscam se adaptar-se a todo instante, sempre com inovações sociais e criando novos horizontes relacionais.

5.1.4 Estrutura de produção e fluxo de comercialização de produtos agroecológicos do GRUCA

Dando continuidade para as atividades desenvolvidas pelo GRUCA, a principal atividade, sem dúvida, são as entregas das Cestas de Bens e Serviços Territoriais (CBST), conhecidas no grupo como “Paneiros”. Para fazer seu pedido, o consumidor já deve fazer parte da rede, seguindo os seguintes passos:

- a) Necessidade de se cadastrar na plataforma virtual;

b) Aguardar a aprovação por algum dos administradores da plataforma, onde primeiramente, será esclarecido pelo *WhatsApp* os princípios do grupo e as regras quanto as vertentes de grupo de consumo responsável;

c) Após estas etapas, o consumidor é incentivado a entrar no grupo do *WhatsApp*

d) Posteriormente ele tem acesso à plataforma e ao sistema de pedidos online.

A loja virtual tem um período de abertura durante a semana (a partir das 19h da segunda-feira até as 23h da quinta-feira), para que os consumidores possam realizar seus pedidos, há um valor mínimo do pedido de quarenta reais (R\$ 40,00) e uma taxa de serviço para entrega, que atualmente é de treze reais (R\$ 13,00). Ainda no início da semana, se inicia o contato com os produtores para fazer a verificação da variedade e quantidade de produtos que estes possuem disponíveis para serem ofertados na plataforma virtual. Na quinta-feira à noite, após o fechamento da loja, a equipe de gestão financeira (atualmente composta por duas pessoas), organiza os pedidos e verifica quais produtos e suas quantidades solicitadas, para novamente entrar em contato com os produtores e confirmar a disponibilidade dos produtos.

Vale ressaltar também que o GRUCA tenta ser o mais igualitário possível nessa distribuição da demanda dos produtos, por exemplo, se houve o pedido de 20 maços de couve, pode ser que um produtor só tenha todos os 20 maços, ao invés de adquirir todos eles apenas desse produtor, o GRUCA tenta distribuir esta demanda entre os produtores, para que todos consigam ter seu escoamento.

É importante falar sobre o quão complexa é essa logística de acompanhamento dos produtores, pela variação da disponibilidade de produtos de cada parceiro, contato com eles (questão tecnológica mesmo) e tempo. Houve a tentativa de ter uma equipe específica para esse acompanhamento, mas até então a mesma equipe da gestão financeira tem feito o trabalho. Nas sextas-feiras, são os dias em que o responsável pela coleta dos produtos (atualmente apenas uma pessoa é responsável, ela também compõe a gestão financeira) irá até os parceiros realizar essa coleta que foi demandada pelos consumidores.

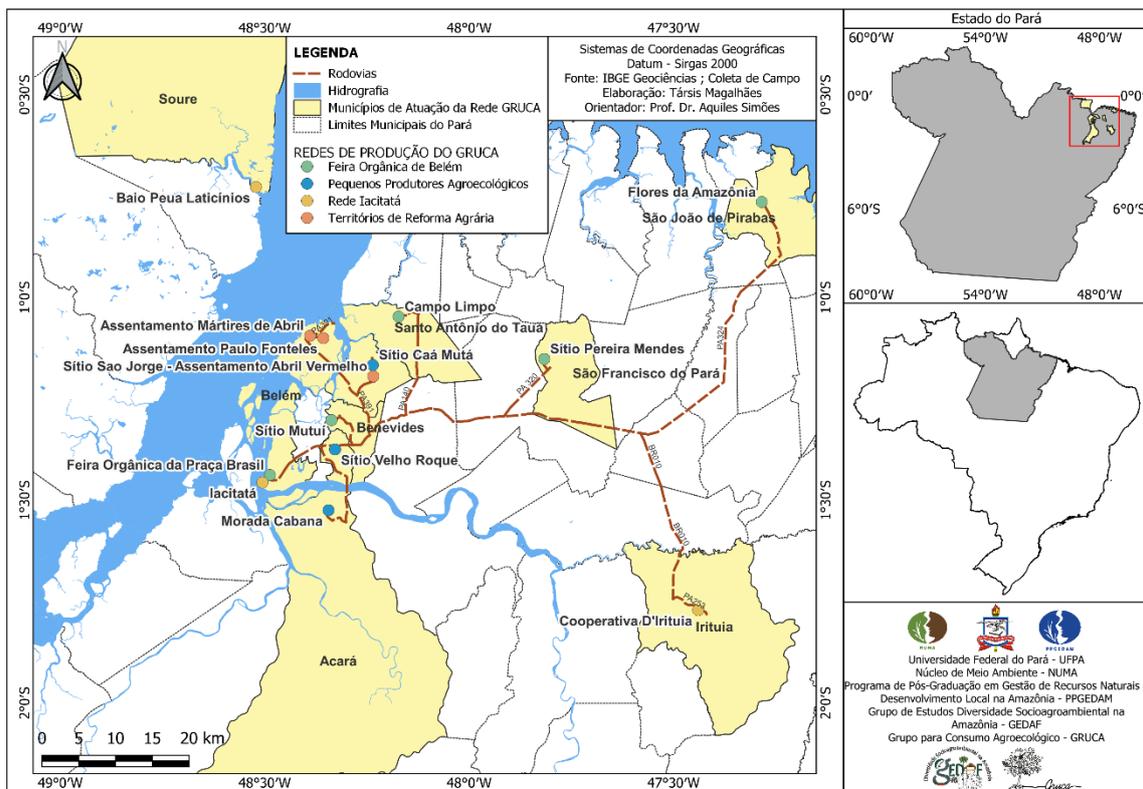
Depois da coleta, acontece a montagem dos paneiros, no Sítio do Velho Roque (Marituba), na madrugada de sexta-feira para sábado, e as entregas ocorrem aos sábados após a equipe de entrega ir até a feira orgânica da praça Brasil, finalizar a aquisição de alguns produtos quando necessário e neste mesmo local fazem a coleta dos produtos oriundos do Ponto de Cultura Alimentar Iacitátá, que é seu principal parceiro nesta atividade dos Paneiros, isto ocorre antes de iniciar as entregas.

Vale frisar que essa atividade de entregas não é um “*delivery*”, segundo o articulador da logística de entrega, pois um grupo de consumo responsável envolve muito mais coisas do que apenas a ação de levar o alimento agroecológico até seus consumidores, como a sua vertente do consumo ser um ato político, sobre a produção e consumo sem injustiças socioambientais e a contribuição para organizações mais sustentáveis.

Mas surge o seguinte questionamento: apesar de todo esclarecimento sobre o que é um grupo de consumo responsável e sua estrutura relacional, fornecido pelo GRUCA no primeiro contato do consumidor com o grupo, será que estes compreendem o seu papel quanto participante ou a maioria utiliza esse meio de consumo para facilitar a sua aquisição de produtos agroecológicos, focando apenas na atividade de entrega dos pães? A presente dissertação vai em busca de obter informações acerca da participação, ativa ou não, da construção social dos consumidores desta rede no próximo capítulo.

E conforme abordado ao longo do trabalho, o GRUCA vem envolvendo diversos atores ao longo da região nordeste paraense, mas vale frisar que a rede apresenta uma característica subdividida no processo produtivo dos parceiros. Atualmente, o grupo possui uma estrutura de parceiros que engloba quatro principais redes de produção (Mapa 3), são elas: 1 - Produtores e produtoras de territórios de reforma agrária (TRA); 2 - Produtores da feira orgânica de Belém (FO); 3 - Pequenos produtores agroecológicos (PPA); 4 – Rede Iacitatá (RI).

Mapa 3: Localização dos Sistemas de Produção Parceiros da Rede Gruca + Iacitatá em 2022.



Fonte: IBGE Geociências; Coleta de Campo. Elaborado pelo Autor.

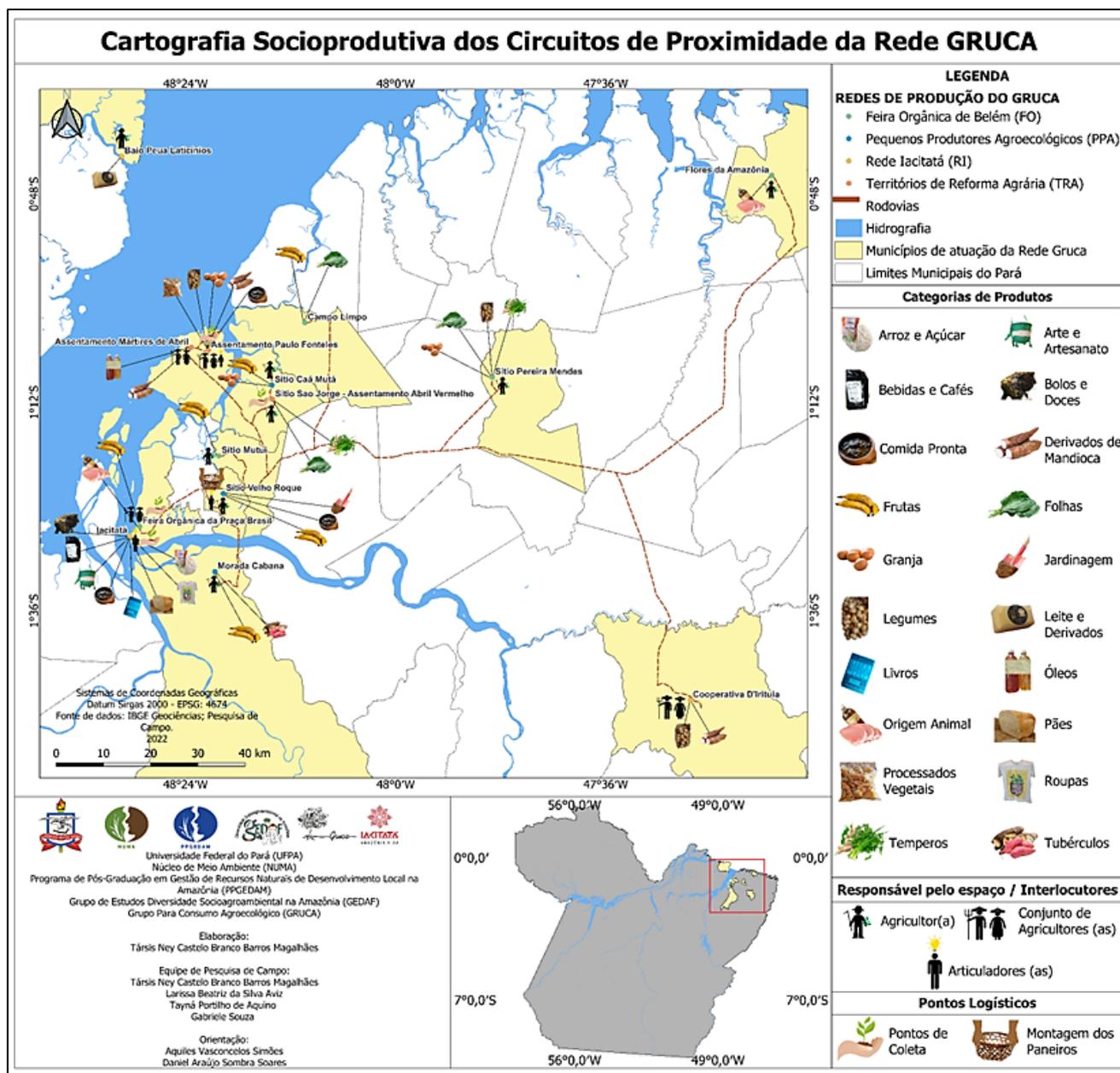
Para compreensão da dinâmica, escoamento e distribuição dos produtos, através dos painéis, os alimentos percorrem essa teia até chegar aos consumidores, vindo de aproximadamente 15 parceiros produtivos, 4 destes parceiros são de outros estados (Cooperativa Terra Livre - Rio Grande do Sul; Cooperativa Agropecuária Vale do Inhadava - Rio Grande do Sul; Cooperativa Camponesa Guaí - Minas Gerais e Raízes do Campo - São Paulo), que fornecem os produtos diretamente para o Ponto de Cultura Alimentar Iacitatá ou conhecido também como Iacitatá Amazônia Viva, e como já dito, pode ser considerada como a maior parceria do GRUCA na comercialização através da plataforma virtual.

O Iacitatá possui um local físico em Belém, é uma organização de base comunitária e que também atua de forma autogestionada, valorizando o comércio justo e com transparência. Neste local, que já foi um ponto também de coleta dos painéis pelos consumidores da rede, também é fazedor de culturas alimentares originárias, tradicionais, agroecológicas e o principal articulador de produtos agroecológicos vindos de outros estados. Vale ressaltar que o Iacitatá também possui uma estrutura própria de interação

com consumidores agroecológicos, que vai além da rede do GRUCA, e que também poderia ser considerada um outro circuito de proximidade.

Para melhor visualizar, foi elaborada uma Cartografia Socioprodutiva dos Circuitos de Proximidade do GRUCA (Mapa 4), que também é um dos produtos da pesquisa (Produto 2), ela serve para ilustrar quais categorias de produtos mais representam cada parceiro e o que eles mais produzem, objetivando mostrar o local onde os produtos são produzidos até chegar aos consumidores agroecológicos da rede:

Mapa 4: Cartografia Socioprodutiva do GRUCA.

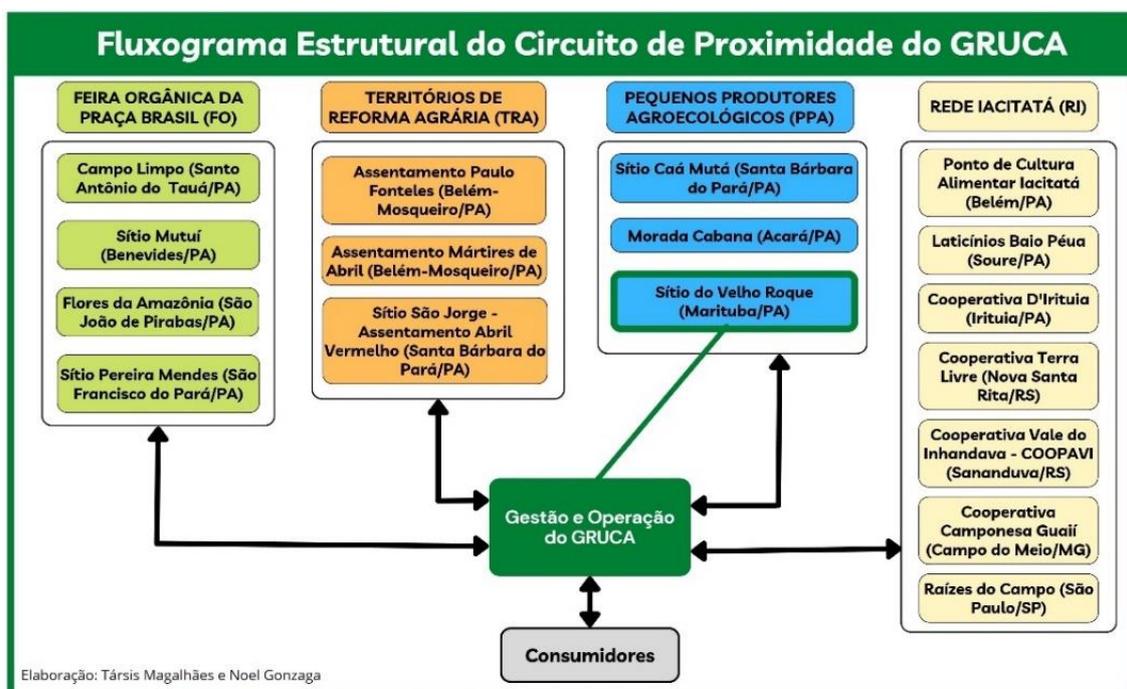


Fonte: IBGE Geociências, Coleta de Campo. Elaborado pelo autor.

A uso da cartografia socioprodutiva no âmbito do GRUCA tem a funcionalidade de fornecer uma identidade da rede e seu território, tentando dessa forma estabelecer a ligação entre os grupos sociais e seus territórios (ACSELRAD ET al., 2008), trazendo à tona a oportunidade de ilustrar a região amazônica como um espelho da vida humana e seu trilhado histórico como citado por Kozel (2002), representando assim as experiências vividas por esses grupos de produtores na construção do GRUCA.

Para complementar a cartografia, devido à necessidade e importância de entender e observar os fluxos presentes entre os parceiros produtivos e a gestão do GRUCA, tentou-se, de forma simplificada, estruturar essas relações em um fluxograma (Figura 7):

Figura 7: Fluxograma e relações entre as redes de parceiro do GRUCA, sua gestão e os consumidores.



Fonte: Elaborado pelo autor juntamente com o agricultor e articulador da equipe de gestão e operação do GRUCA.

Com base no fluxograma acima, para a comercialização da rede através dos paneiros semanais, por intermédio da plataforma digital, observa-se uma grande centralidade no Sítio do Velho Roque, lugar este que é o principal responsável pelas articulações, organização dos pedidos, montagem dos paneiros e também das entregas (realizadas pelo casal de agricultores que lá residem). A ligação ilustrada pela coloração verde representa os parceiros que se envolvem com a Gestão e Operação do GRUCA e

atualmente apenas o Sítio do Velho Roque tem realizado essas funções. As setas pretas representam os fluxos de mercado (fornecimento de produtos e retornos financeiros).

A centralidade presente no grupo tem sobrecarregado determinados membros, onde o ideal seria cada parceiro produtivo possuir uma atuação direta com a gestão e operação e também os consumidores deveriam ter um maior engajamento, auxiliando na autogestão. Em outras palavras, o ideal seria ter outras “ligações verdes” como vista no fluxograma entre a gestão e o Sítio Velho Roque. A exemplo disso, para as entregas, onde o Sítio Velho Roque é o responsável por realizá-las, caso o produtor do sítio não possa fazer tal tarefa, esta ficará impossibilitada de acontecer. Portanto, a participação coletiva e a força de trabalho são essenciais para o funcionamento do grupo.

Através das pesquisas de campo juntamente com outros integrantes do GEDAF, buscou-se conhecer mais a fundo alguns dos principais parceiros da rede, foram entrevistados oito produtores, onde três são dos territórios de reforma agrária (TRA), dois dos pequenos agricultores agroecológicos (PPA) e três dos agricultores da Feira Orgânica da Praça Brasil em Belém (FO). A Rede Iacitatá (RI) não foi contemplada pela pesquisa de campo devido às suas características, primeiramente o próprio Ponto de Cultura Alimentar Iacitatá (Na figura 5, Iacitatá Amazônia Viva) não é exatamente um local de produção de campo da agricultura familiar e sim um ponto de cultura voltado à valorização da agroecologia, dos territórios indígenas, quilombolas e camponeses, então dados como o tamanho da área, o tipo de produção e características gerais de cultivo não se enquadrariam nas características do Iacitatá. E devido à localidade de seus parceiros serem mais distantes geograficamente, dificultou a logística para as entrevistas.

Para o entendimento do contato com estes parceiros mais distantes, o local de produção laticínios Baio Péua, localizado na Ilha de Marajó, no estado do Pará, principal responsável pelo Queijo do Marajó e Manteiga do Marajó, ambos comercializados na plataforma virtual, primeiramente passam pelo Iacitatá, para posteriormente chegar à equipe de entrega (Sítio do Velho Roque), isto ocorre também com a Cooperativa D'Irituia, localizado no município de Irituia, também no Pará, que produz Feijão Agroecológico, Farinha D'água, e Farinha de Tapioca. As outras quatro redes de produção, já consideradas de porte maiores, são cooperativas e fornecem para a Rede Iaciatá, elas pertencem a outros estados: Cooperativa Terra Livre, do Rio Grande do Sul; Cooperativa Agropecuária Vale do Inhandava (COOPAVI), do Rio Grande do Sul; Cooperativa Camponesa Guaiú, de Minas Gerais e Raízes do Campo, de São Paulo.

Contudo, mesmo que talvez não seja considerado um circuito de proximidade a interação com redes maiores e de outros estados, eles foram inseridos como parceiros dando ênfase à sua importância, tendo em vista que também possuem produtos na loja virtual. Também é importantíssimo ressaltar o quanto a parceria entre o Iacitá e o GRUCA fortalecem os laços entre o campo, a cultura e a soberania alimentar, a troca de saberes e o mantimento logístico da rede, aliás, o Iacitá também já foi um ponto direto de coleta dos paneiros, assim como a Feira Orgânica da Praça Brasil.

Retornando à pesquisa de campo, conforme a coleta de dados nas entrevistas e dos formulários repassados junto aos produtores, chegou-se as seguintes informações (Quadro 3):

Quadro 3: Informações produtivas dos agricultores entrevistados.

| Produtores | Área | Tipo de Produção | Uso de Adubação | Uso de Irrigação | Aquisição de Sementes | Produção de Mudanças |
|------------|----------------------|------------------------------|----------------------------------|--|---|----------------------|
| P1 | 7 | Agroecológica | Compostagem | Sim, Caixa d'água e mangueiras santeno | Compra e também utiliza do próprio plantio | Sim |
| P2 | 2,5 | Agroflorestal | Compostagem e cobertura morta | Não, apenas da horta com a água do poço | Compra, recebe de outros agricultores e pela SEPLAC | Sim |
| P3 | 8 | Agroecológica em transição | Compostagem e cama de aviário | Não, aproveitam para plantar no inverno | EMBRAPA e Ideflor-Bio | Sim |
| P4 | 0,5 | Agroecológica | Compostagem, esterco e calcário | Não, apenas plantas de vaso e aproveitam para plantar no inverno | Compra e também recebe de outros agricultores | Sim |
| P5 | 30 | Agroflorestal e permacultura | Compostagem e cobertura morta | Não, aproveitam para plantar no inverso | Troca com outros agricultores | Sim |
| P6 | Não sabia exatamente | Agroecológica | Compostagem e esterco (comprado) | Não, dependem da chuva | Não informou exatamente | Sim |
| P7 | 4 | Produção Orgânica | Compostagem | Não, usam apenas água do poço para irrigar | Recebe de outros agricultores e também armazena | Sim |
| P8 | 5 | Produção Orgânica | Compostagem, esterco e calcário | Sim, com aspersor do tipo bailarina | Compra, recebe de outros agricultores e também da EMBRAPA | Sim |

Fonte: Pesquisa de Campo (GEDAF). Elaborado pelo autor.

Pode-se observar que a maioria dos produtores (seis deles), possuem menos de 10 hectares em sua área, e quando entrevistados, todos os oito produtores afirmaram que a família se envolve na produção, três deles apresentam a sua produção sendo totalmente agroecológica, dois agricultores produzindo apenas de forma orgânica e um deles considera-se em transição. Dois produtores intercalam um sistema agroflorestal em sua propriedade, um deles aplicando, portanto, também princípios da permacultura.

Em relação ao adubo utilizado, o uso compostagem foi unanimidade entre os produtores, alguns acrescentam cobertura morta no plantio, técnica essa muito utilizada para proteger o solo de erosão e evitar o empobrecimento do solo causado por fatores externos e climáticos, como ventos e chuvas.

O solo é algo muito pontual a ser discutido, pois foi interrogado aos agricultores se eles já fizeram alguma análise de solo e a resposta também foi unanimidade, mas de forma negativa, o que por si só não seria tão positivo para estes agricultores, tendo em vista que o problema de fato é a carência de um acompanhamento técnico. Inclusive, esta carência é um problema que foi exposto por todos os entrevistados, o produtor 4 inclusive usou o termo “plantar no escuro”, quando comentou sobre as grandes diferenças de produtividade em um mesmo espaço, até citou o fato pelo qual duas plantas suas, uma ao lado da outra, tem crescimentos diferentes, e infelizmente sem um acompanhamento técnico de forma regular, fica difícil identificar e solucionar muitas questões produtivas que acontecem no cotidiano.

Estes fatos sobre a falta de assistência técnica são muito pertinentes e mesmo que pareçam clichês entre trabalhos acadêmicos, é necessário sempre corroborar a importância do poder público, tanto no âmbito municipal, estadual e federal, e o seu impacto na vida e na produtividade desses agricultores familiares. Eles precisam primeiramente serem visualizados pelo poder público e necessitam de políticas públicas efetivas e mais específicas, por exemplo, políticas voltadas aos agricultores familiares que trabalham as bases agroecológicas e orgânicas à nível local. É de extrema relevância a promoção e o estímulo da parceria entre o poder público e a agroecologia, de modo que os agricultores tenham uma assistência técnica eficiente e contínua, mais do que isso, é primordial capacitá-los, por intermédio de cursos, oficinas e outras formas de aprendizagem.

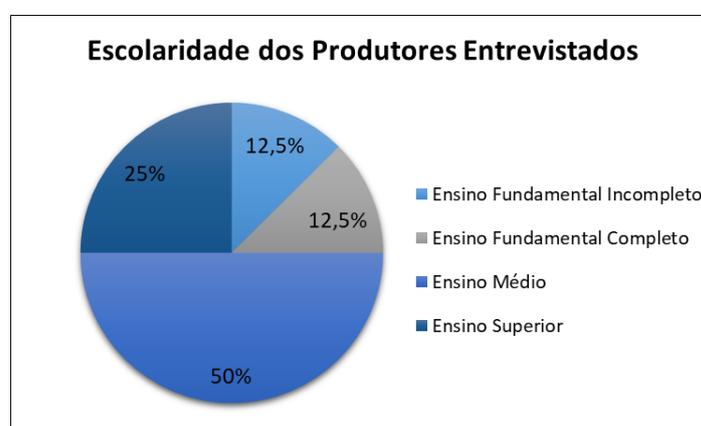
Foi constatado também que metade dos produtores não possuem uma estrutura para irrigar seu cultivo, e optam por plantar, principalmente, em épocas chuvosas. Apenas dois deles possuem algum tipo de sistema de irrigação (mangueira santeno, aspersor do tipo bailarina), O produtor 2 informou que a água do poço chega a ser suficiente para a irrigação da horta, mas não foi considerado suficiente para ser um sistema de irrigação implantado propriamente para suprir suas necessidades de campo.

Um ponto positivo é que todos os produtores investem em produção de mudas, então ocorre uma disponibilidade constante na sua reposição no plantio e isso também fomenta as possibilidades de trocas com outros agricultores vizinhos, tanto referente as

mudas quanto as sementes, também foi evidenciado que a maioria deles (cinco produtores) realizam trocas e recebem/ganham sementes de outros produtores. Para Pinto (2014), as trocas de sementes envolvem diversos atores em redes e essas socializações são instrumentos gerados por uma dinâmica que atua no manejo da diversidade em comunidades, portanto, funciona como um meio de mantimento e circulação dos recursos fitogenéticos. Os termos “troca”, “recebimento” e “ganho” no presente trabalho tem um contexto de uma prática afetiva e de reciprocidade que ocorre entre os agricultores, e não de uma obrigatoriedade de retribuição.

Sobre o grau de escolaridade dos produtores (gráfico 4), ele mostra informações importantes para a construção social da rede. Dos entrevistados, quatro produtores possuem o ensino médio completo, e dois possuem nível superior, um concluiu o ensino fundamental apenas e um tem o ensino fundamental incompleto, nenhum produtor apresentou-se não alfabetizado. Apresentando, inclusive, diferenças em comparação com alguns trabalhos voltados ao mercado agroecológico, mais especificamente na feira de produtos orgânicos na RMB, como o de Santos et al (2017).

Gráfico 4: Grau de escolaridade dos produtores parceiros do GRUCA que foram entrevistados.



Fonte: Pesquisa de Campo (GEDAF).

Em estudo também sobre cadeias curtas de comercialização no estado do Pará, com o foco em 13 agricultores da feira orgânica da Praça Brasil, Santos et al. (2017), constataram que os agricultores não tinham uma escolaridade elevada, com o ensino fundamental somado ao ensino médio incompleto correspondendo a 53% e o ensino médio completo somado ao ensino superior correspondendo a 28%. Um cenário um

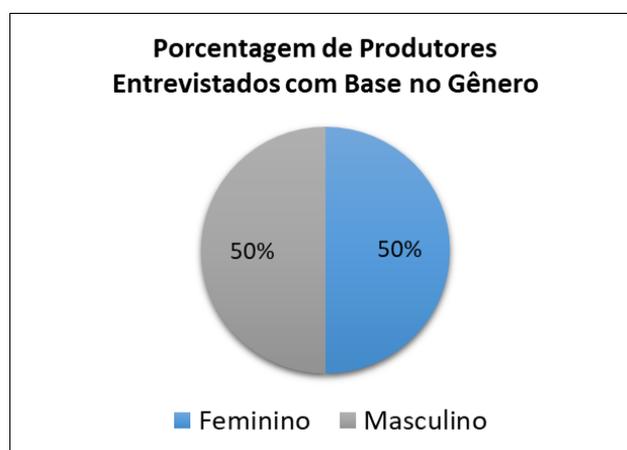
pouco diferentemente da maioria dos agricultores da rede do GRUCA, que possuem 25% dos entrevistados com nível superior e 50% com ensino médio completo.

Vale ressaltar que no trabalho de Santos et al. (2017), eles não chegaram a fazer uma avaliação do quanto isto pode ser prejudicial para o acesso a informações, mas no caso do presente estudo, pressupõe-se que o fato dos agricultores da rede do GRUCA apresentarem essas características de escolaridade seja um indício de novas tendências no campo, como o uso de plataformas digitais para comercialização, tendo em vista que eles buscam inovações para o seu escoamento além da venda direta na propriedade e feiras.

Para Santos et al. (2010), a educação tem um recorte fundamental na formação de sujeitos críticos, com a capacidade de alterar e criar novos modos de desenvolvimento no âmbito rural e também para a nação. Dessa forma, nota-se o quanto a educação é importante, principalmente no que diz respeito a valorização do homem no campo, dos seus saberes e culturas.

Outra informação importante é em relação ao gênero (gráfico 5) e quem assume o papel de gerenciar as atividades de campo e gere todo o processo produtivo agropecuário do local. Os dados mostram que, entre os entrevistados, metade deles são compostos por agricultoras e metade por agricultores, mostrando que a participação das mulheres no grupo, em relação ao gerenciamento de locais agropecuários, está acima dos valores de Belém (37%), do estado (20%) e do país (17%), segundo o IBGE (2017). Isso corrobora que a força de trabalho dentre os parceiros produtivos do GRUCA está mais inclusiva quanto a participação das mulheres e que elas estão mais ativas no meio rural, cujas atividades historicamente tem sido vistas como funções exercidas majoritariamente por homens.

Gráfico 5: Porcentagem de produtores parceiros do GRUCA com base no gênero.



Fonte: Pesquisa de Campo (GEDAF).

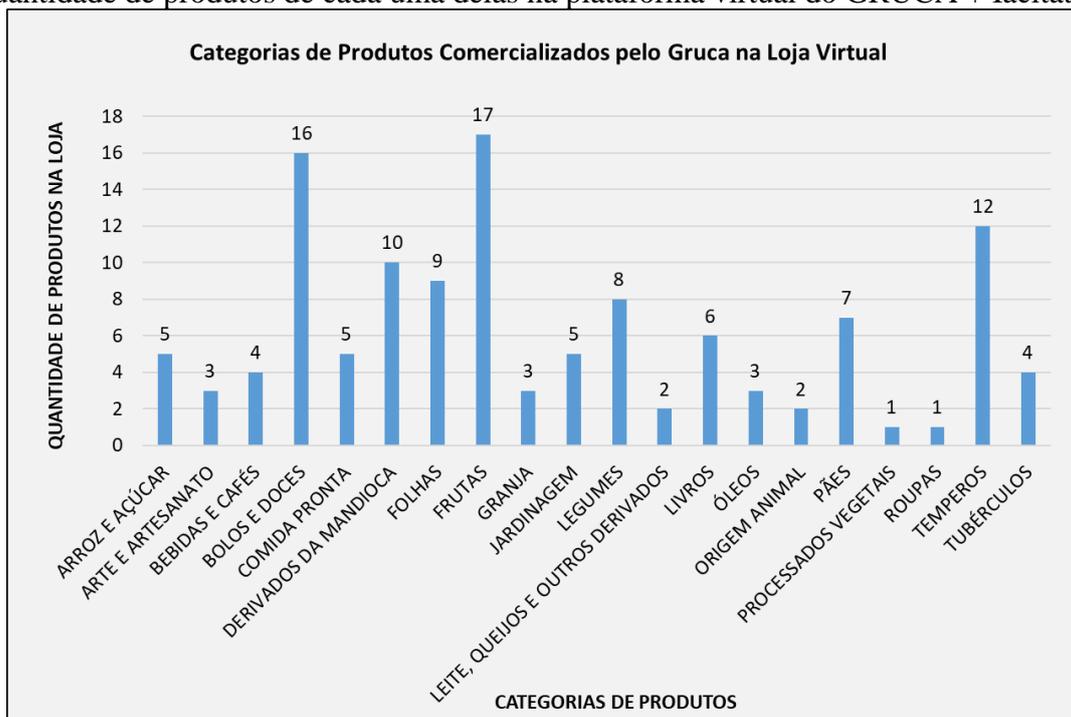
É relevante citar que as agricultoras e articuladoras locais do Assentamento Paulo Fonteles e no Assentamento Abril Vermelho nasceram em Ananindeua e Belém, ambas em áreas consideradas urbanas, e então fizeram um êxodo urbano, pela situação financeira difícil vivenciada, tomando à frente de uma nova atividade que é a produção de alimentos, moldando assim histórias e retratos de resiliência e resistência da mulher no campo.

5.1.5 Diversidade Produtiva da Rede GRUCA

Como foi observado tanto nas visitas aos pontos de produção, como na participação das vivências e interação com o grupo, pode-se notar uma ampla distribuição de produtos comercializados nesse circuito de proximidade do GRUCA, esta seção foi organizada de forma que se possa entender a dinâmica de escoamento, como são organizados na plataforma e seus respectivos volumes de compra pelos consumidores.

Inicialmente, em 2014, a rede não possuía uma organização que permitisse a frequência e a diversidade de produtos como hoje. Segundo o levantamento feito na própria plataforma virtual e acompanhamento das interações do grupo no *WhatsApp*, o GRUCA conta com aproximadamente 123 produtos na loja (Gráfico 6), que são organizados em categorias da seguinte forma:

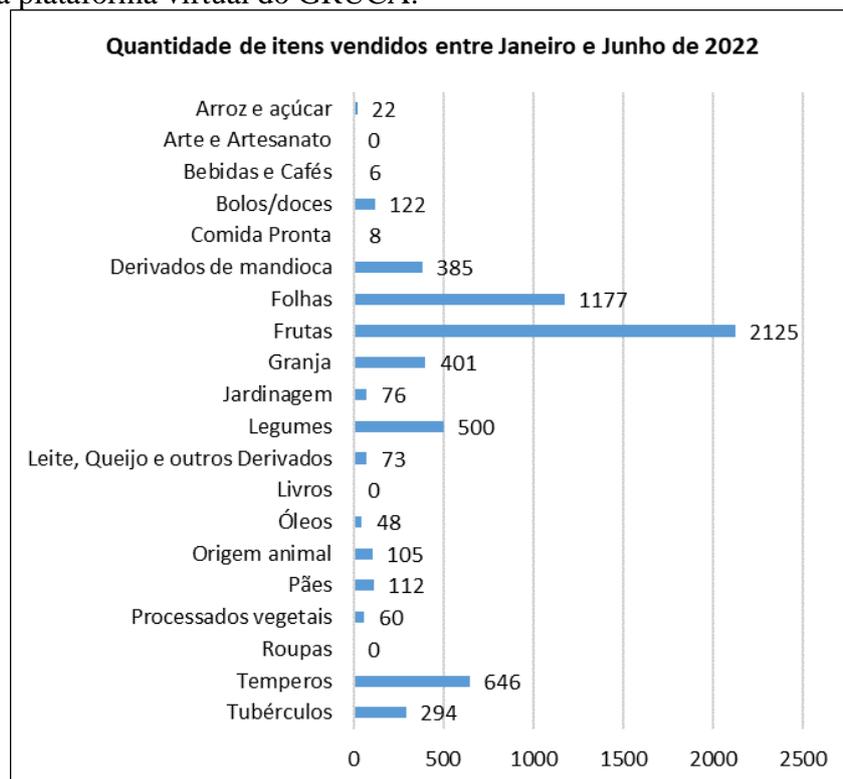
Gráfico 6: Organização das categorias de produtos presentes no site e a respectiva quantidade de produtos de cada uma delas na plataforma virtual do GRUCA + Iacitató.



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da Plataforma Virtual (Painel GRUCA + Iacitató).

Os produtos apresentam variações dependendo da disponibilidade, sazonalidade e fornecimento pelos produtores. Durante os meses de janeiro a junho de 2022, dos 123 produtos da loja, 93 produtos tiveram uma saída através das entregas dos paneiros comercializados (gráfico 7):

Gráfico 7: Principais categorias de produtos pedidos pelos consumidores com base no relatório da plataforma virtual do GRUCA.



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da Plataforma Virtual (Paneiro GRUCA + Iacitá).

Pode-se observar que as categorias de produtos mais requisitados são as folhas e frutas, possuindo 9 e 17 produtos disponíveis na loja, respectivamente. Mas a quantidade vendida nem sempre é sinônimo de um alto valor movimentado, pelo preço do produto, por exemplo, os produtos “ovo” e “mel apis” foram os que tiveram uma movimentação financeira maior, mas não necessariamente foram os mais pedidos, isso acontece em virtude do seu preço. A tabela 2 mostra os 30 produtos que mais foram pedidos e seu respectivo valor movimentado durante o período citado:

Tabela 2: Produtos que mais tiveram saída entre janeiro e junho de 2022 (organizados na ordem decrescente de itens vendidos).

| Produto / Nome Científico | Unidade de medida | Itens Vendidos | Valor Total Movimentado |
|---|--------------------------|-----------------------|--------------------------------|
| Couve / <i>Brassica oleracea</i> | 1 maço | 423 | R\$ 1.269,00 |
| Ovos / <i>Gallus gallus domesticus</i> | 10 und | 364 | R\$ 4.368,00 |
| Limão / <i>Citrus latifolia</i> | 3 und | 341 | R\$ 682,00 |
| Laranja / <i>Citrus sinensis L. Osbeck</i> | 5 und | 312 | R\$ 936,00 |
| Alface / <i>Lactuca sativa</i> | 1 maço | 279 | R\$ 1.116,00 |
| Mamão / <i>Carica papaya</i> | 1 kg | 270 | R\$ 1.377,00 |
| Banana / <i>Musa paradisiaca</i> | 1 penca | 253 | R\$ 1.518,00 |
| Abacaxi / <i>Ananas comosus</i> | 1 und | 211 | R\$ 1.266,00 |
| Rúcula / <i>Eruca vesicaria ssp. sativa</i> | 1 maço | 194 | R\$ 595,50 |
| Casadinho (coentro / <i>Coriandrum sativum</i> ; cebolinha / <i>Allium schoenoprasum</i> ; chicória / <i>Eryngium foetidum</i> ; alfavaca / <i>Ocimum canum</i>) | 1 maço | 188 | R\$ 575,00 |
| Batata doce / <i>Ipomoea batatas</i> | 1 kg | 174 | R\$ 870,00 |
| Banana comprida / <i>Musa paradisiaca</i> | 2 und | 170 | R\$ 510,00 |
| Goma de Tapioca (Derivado da Mandioca/ <i>Manihot esculenta</i>) / SNC* | 1 kg | 169 | R\$ 1.352,00 |
| Pepino / <i>Cucumis sativus</i> | 2 und | 158 | R\$ 474,00 |
| Quiabo / <i>Abelmoschus esculentus</i> | 10 und | 144 | R\$ 288,00 |
| Jerimum /abóbora / <i>Cucurbita</i> | 1 kg | 140 | R\$ 700,00 |
| Jambu / <i>Acmella oleracea</i> | 1 maço | 122 | R\$ 366,00 |
| Macaxeira/ Mandioca/ <i>Manihot esculenta</i> | 1 kg | 120 | R\$ 480,00 |
| Coco verde / <i>Cocos nucifera L.</i> | 1 und | 114 | R\$ 347,00 |
| Cebolinha / <i>Allium schoenoprasum</i> | 1 maço | 99 | R\$ 297,00 |
| Limão Galego / <i>Citrus aurantifolia</i> | 3 und | 91 | R\$ 188,00 |
| Mel de abelha apis / SNC* | 1 L | 82 | R\$ 3.103,00 |
| Acerola / <i>Malpighia emarginata</i> | 500 g | 81 | R\$ 287,00 |
| Salsinha / <i>Petroselinum crispum</i> | 1 maço | 79 | R\$ 237,00 |
| Pão integral / SNC* | 500 g | 73 | R\$ 1.047,50 |
| Tucupi (Derivado da Mandioca <i>Manihot esculenta</i>) / SNC* | 1 L | 68 | R\$ 408,00 |
| Terra adubada / SNC* | 7 L | 66 | R\$ 454,00 |
| Chicória do Pará / <i>Eryngium foetidum</i> | 1 maço | 62 | R\$ 186,00 |
| Manjericão / <i>Ocimum basilicum</i> | 1 maço | 62 | R\$ 186,00 |
| Jambo / <i>Syzygium malaccense</i> | 6 und | 59 | R\$ 177,00 |
| Total | | 4968 | R\$ 25.660,00 |

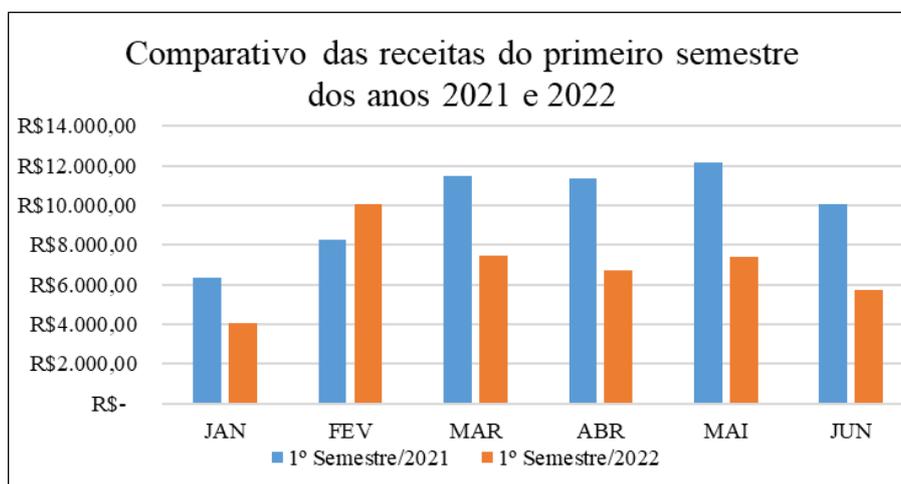
*SNC: Sem nome científico.

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da Plataforma Virtual (Painel GRUCA + Iacitató)

Como apontado na tabela acima, os cinco produtos que mais obtiveram retorno financeiro ao grupo, por ordem decrescente, foram: os ovos, mel de apis, banana, mamão e a goma de tapioca. Mas apesar da boa movimentação no primeiro semestre de 2022, o comparativo das receitas (gráfico 8), mostra que o primeiro semestre de 2021 teve um volume de compras maior do que 2022, é possível que este cenário se deu principalmente

pelo período de pandemia da covid-19, o fato de os pedidos chegarem em casa ser uma facilidade maior e também o aumento da preocupação das pessoas com a saúde, imunidade e muitas tentaram adquirir novos hábitos alimentares.

Gráfico 8: Comparação das Receitas do GRUCA no primeiro semestre dos anos 2021 e 2022.



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da Plataforma Virtual (Painel GRUCA + Iacitá).

Os dados dos comparativos das receitas não são totais, tendo em vista que não estão inseridos produtos que são pedidos de forma ocasional pelo *WhatsApp* e/ou não estão inseridos na plataforma, como algumas mudas de plantas e culturas sazonais que são comercializadas de vez em quando. O fato também da antiga plataforma utilizada até novembro de 2021 (loja integrada) não apresentar um relatório organizado dos pedidos e receitas, os dados podem apresentar variações e margens de erro do representativo real, é interessante frisar que algumas dessas informações ficam contidas apenas no chamado “caderno do GRUCA”, de posse da equipe de gestão financeira do Sítio do Velho Roque, de forma não automatizada. O presente estudo, para o ano de 2021, levou em consideração apenas os dados do caderno que foram organizados pela equipe financeira em tabela nas planilhas em *Excel* (.xlsx) e compartilhadas com o grupo da equipe de gestão.

O mês de janeiro de 2022 apresentou a maior baixa de movimentação dentre o período analisado e representaria também uma quantidade média baixa de pedidos (10 pedidos ao mês). Estes valores de 10 pedidos em média por mês seriam considerados um volume inviável para o mantimento de toda logística de funcionamento das entregas dos pães, que necessita de uma quantidade mínima de 20 pedidos para ocorrer. Mas essa baixa quantidade de pedidos (41 mensais), foi justificada pelo fato de janeiro ter ocorrido apenas 2 entregas, dias 15 e 29. Outro mês que teve apenas duas entregas foi março,

ocorridas nos dias 5 e 12. Para a quantidade de pedidos, é relevante colocar que o GRUCA possui uma determinada quantidade de pedidos suportados, que ficam entre 35 e 40 pedidos por entrega, devido novamente a centralidade e disponibilidade de entrega de apenas dois integrantes, a capacidade de comportar a quantidade de produtos no veículo de transporte (Kombi) e por conta disso, também existe a possibilidade de os produtos ficarem muito tempo em transporte e sofrerem com a perda da sua vida útil. A tabela 3 contém as informações referentes a estes pedidos, suas quantidades ao mês, valores médios, número de entregas por mês e a média de pedidos.

Tabela 3: Informações dos pedidos dos paneiros entre janeiro e junho de 2022.

| Mês | Quantidades de Pedidos no Mês | Valor médio dos Paneiros (R\$) | Nº Entregas/Mês | Média de Pedidos por Mês |
|------------|--------------------------------------|---------------------------------------|------------------------|---------------------------------|
| Janeiro | 41 | R\$ 111,46 | 2 | 20,5 |
| Fevereiro | 94 | R\$ 118,81 | 4 | 23,5 |
| Março | 74 | R\$ 112,89 | 2 | 37 |
| Abril | 78 | R\$ 99,04 | 4 | 19,5 |
| Maio | 79 | R\$ 106,25 | 4 | 19,75 |
| Junho | 61 | R\$ 106,78 | 4 | 15,25 |

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da Plataforma Virtual (Paneiro GRUCA + Iacitátá).

Conforme a tabela 4, valores médios dos paneiros ficam entre R\$ 99,04 e R\$ 118,81, representando que os consumidores pedem, em média, mais do que o dobro do pedido mínimo na plataforma, correspondente a R\$ 40,00. O mês de março apresentou a maior média de pedidos (37).

Vale ressaltar que nos meses de janeiro e março de 2022 houveram apenas 2 entregas no mês, e atualmente (agosto a dezembro/2022), em virtude da disponibilidade de tempo do articulador das entregas, o padrão de 4 entregas mensais diminuiu para 2 (entregas quinzenais). O que novamente exterioriza a centralidade voltada ao Sítio do Velho Roque, não possuindo uma parceria para substituição das entregas em caso de não disponibilidade de tempo do articulador. O que implica salientar estratégias que visem mitigar esta questão, talvez algo no sentido de descentralizar ou estimular um maior envolvimento tanto dos produtores quanto consumidores, permitindo assim que o fluxo mercadológico ocorra de forma a não sobrecarregar determinados integrantes.

5.2 CAPÍTULO II - A importância do consumidor na construção dos circuitos curtos de comercialização.

5.2.1 Abrangência Territorial dos Consumidores do GRUCA

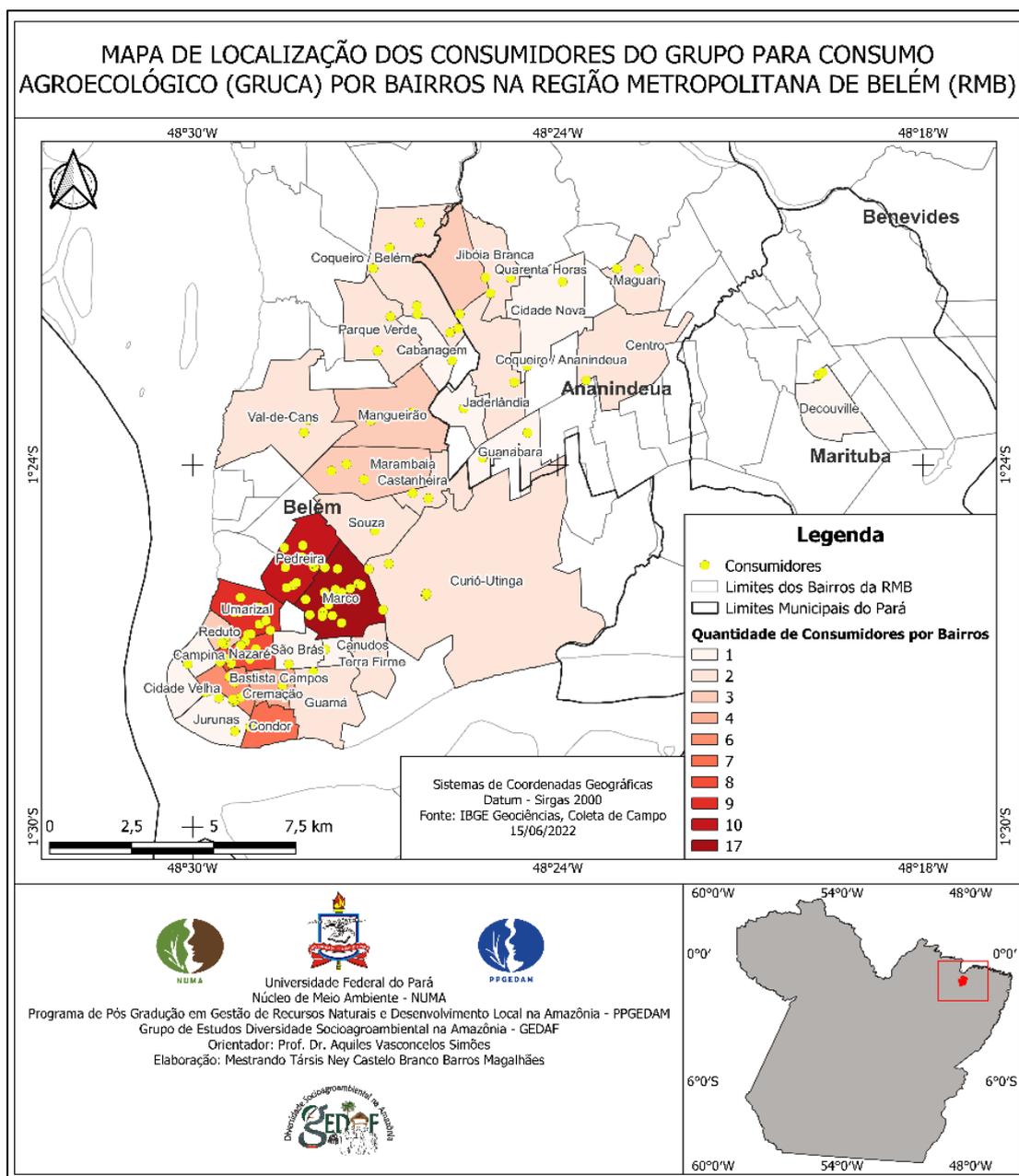
É imprescindível o estudo sobre como consumidores geram impactos sociais, culturais e ambientais, principalmente observando o espaço geográfico em que ocupam. Em um sistema convencional de produção e consumo, os alimentos podem percorrer longas distâncias até o consumidor e envolver diversos intermediários, afastando agricultores e consumidores, gerando assim incertezas a respeito do alimento comercializado. Já em um sistema agroalimentar alternativo, de base agroecológica de produção-consumo, os alimentos são produzidos e fornecidos de forma sazonal, ocorrendo uma aproximação entre agricultores e consumidores, potencializando a troca de saberes e as relações entre quem produz e quem consome.

A construção social dos consumidores do GRUCA inicialmente foi composta pelo meio acadêmico (alunos e professores da Universidade Federal do Pará - UFPA) e produtores locais, fato este que se deve justamente ao surgimento e idealização do grupo ter sido fruto de uma Especialização em Agricultura Familiar e Desenvolvimento Agroambiental na Amazônia. Mas ao longo dos anos, vem engajando diversas pessoas com ideologias de consumo comuns.

A ideia desta seção é conseguir visualizar a construção social atual dos consumidores que integram a rede, com base na sua disposição no território, observando a sua abrangência na RMB e compreendendo também como se deu a expansão para além do espaço originário dele (UFPA e feira orgânica da Praça Brasil). É importante essa compreensão, principalmente para fornecer informações ao GRUCA, que possibilitem mostrar em que sentido geográfico eles estão caminhando quanto a um circuito de proximidade e se o seu alcance chega até bairros e municípios mais distantes presentes na RMB.

Como já dialogado anteriormente, a maioria dos consumidores do GRUCA estão localizados nos municípios de Belém, Ananindeua e Marituba. Mas é interessante ressaltar os bairros com a maior presença de consumidores, que podem ser visualizados no mapa 4, são eles: Marco, Pedreira, Umarizal, Batista Campos e Nazaré, localizados em Belém.

Mapa 5: Localização dos Consumidores do GRUCA por bairros na RMB.



Fonte: Elaborado pelo Autor com base no banco de dados da plataforma virtual do GRUCA.

Destes bairros, três deles representam na cidade de Belém um cenário social de pessoas com um poder aquisitivo mais alto. Pacheco e Simões (2017) citam que 4 desses bairros (Nazaré, Marco, Batista Campos e Umarizal) estão entre os que concentram atividades administrativas, serviços mais especializados e principalmente o seu espaço é composto por edificações de alto padrão e residências com alta concentração de renda e Pacheco e Simões (2017) concluem que, por exemplo, em um dos principais pontos de comercialização parceiros do GRUCA, a feira orgânica da Praça Brasil, tem 68% de seus

consumidores utilizando automóveis para seu transporte até a feira, seguido por a pé com 24% e ônibus com 5%. De mesmo modo, Gusmão e Sombra (2018) corroboram este cenário evidenciando um alto grau de verticalização e de concentração de renda em 3 (Batista Campos, Nazaré e Umarizal) dos 5 bairros com maior presença de consumidores do GRUCA. Os autores apontam que os bairros Marco e Pedreira (também com forte presença de consumidores do GRUCA) tendem a integrar esse bloco de forte especulação imobiliária e concentração de renda.

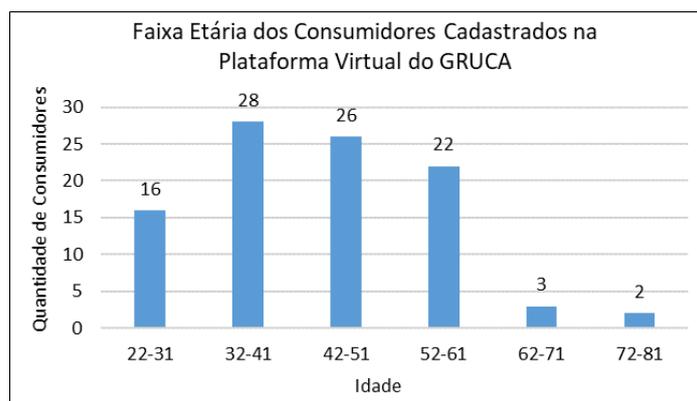
Essas informações vão ao encontro à construção social da rede e seu perfil socioeconômico, onde no presente momento ainda continua formada principalmente pelo meio acadêmico (professores e alunos de graduação e pós-graduação). Isso corrobora o exposto por Niederle et al (2021), onde os autores falam que a inclusão no meio produtivo já se apresenta de forma extremamente complexa e cada vez mais difícil, e mesmo com o uso da tecnologia, este fato não pode ser considerado um sinônimo de inclusão.

Nessa mesma concepção, Barreiros (2008), entende que a aquisição e a preferência pelos produtos de base orgânica/agroecológica podem partir da compreensão baseada nas distintas posições sociais e na ocupação do espaço. O autor também considera que a lógica produtivista dos supermercados, por exemplo, é pouco inclusiva quando se trata de produtos orgânicos e faz uma enorme crítica a isso, citando que esses alimentos possuem lugares especiais na prateleira dos supermercados, mas que não passam de hipocrisias de inclusão.

5.2.2 O perfil socioeconômico e o envolvimento dos consumidores com o grupo

Outro fator interessante encontrado na construção social da rede, é a faixa etária dos envolvidos (gráfico 9). Nota-se que mais da metade deles estão entre faixa etárias de 32 a 51 anos, evidenciando o pouco engajamento dos jovens, sem contar que esses dados estão de acordo com a possibilidade de os consumidores com idades mais avançadas já possuírem uma estabilidade financeira melhor. Salientando para o fato de que os hábitos alimentares de uma mesma família podem ser distintos e talvez muitos desconheçam o mercado agroecológico, dificultando também a aceitabilidade para aquisição destes alimentos. Acredita-se também que o acesso à informação sobre os produtos agroecológicos na educação básica é de suma importância para que o interesse e envolvimento dos jovens aumente.

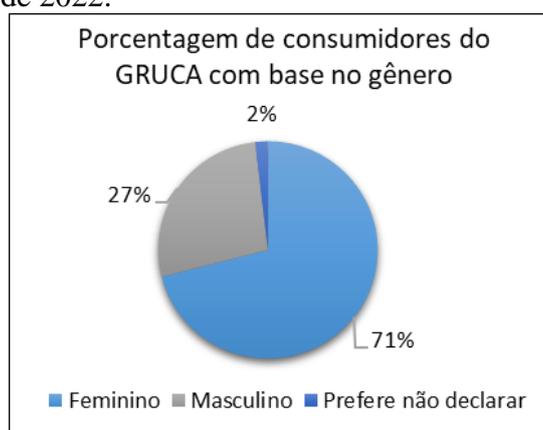
Gráfico 9: Faixa etária dos consumidores do GRUCA cadastrados na plataforma até junho de 2022.



Fonte: Elaborado pelo Autor com base no banco de dados da plataforma virtual do GRUCA.

Conforme o gráfico 10, pode-se observar que a maior parte dessa teia de consumidores é composta pelo gênero feminino (71%), e assim como mostrado em relação à participação das agricultoras, novamente o engajamento das mulheres no mercado agroecológico pode ser visualizado. E para o consumo, há uma quantidade significativamente maior de mulheres, o que corrobora um maior envolvimento delas com o mercado agroecológico. A quantidade de pessoas do sexo masculino correspondeu a 27% e apenas 2% são considerados “outros” e pelo fato de não terem se autoidentificado por algum gênero e/ou terem deixado em branco a opção ao se cadastrarem na plataforma, foram classificados como se tivessem preferido não declarar.

Gráfico 10: Porcentagem de consumidores com base no gênero cadastrados na Plataforma do GRUCA até junho de 2022.



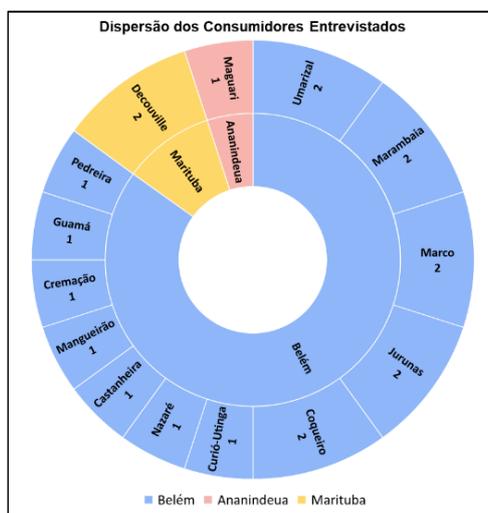
Fonte: Elaborado pelo Autor com base no banco de dados da plataforma virtual do GRUCA.

A aplicação do formulário de pesquisa aos consumidores funcionou como um instrumento complementar aos dados que podem ser obtidos a partir da plataforma

virtual, portanto, baseado nele, foi possível compreender como está disposta hoje a rede do GRUCA, observando essa morfologia social da RMB à luz da composição das cestas de bens e serviços territoriais, intitulado “paneiros”, a partir das características dos consumidores que formam a construção social do modelo agroalimentar em circuitos curtos de proximidade, de base agroecológica. Os dados foram organizados modo que pudessem formar um perfil, caracterizando e observando a construção social dessa teia, também atentando para a sua participação/interação com o grupo e sua importância para garantir a funcionalidade desse mercado alternativo.

O formulário foi disponibilizado no grupo do *WhatsApp* do GRUCA, e também enviado privadamente para os membros, 109 consumidores estavam cadastrados na plataforma virtual até junho de 2022, destes, apenas 79 são consumidores ativos (considerando que fizeram pedidos nos últimos 6 meses), participaram da pesquisa 20 consumidores desse total de ativos, o que corresponde a 25,32% do total de consumidores considerados ativos, a partir das análises, nota-se que os entrevistados foram dispersos por 14 bairros na RMB (Gráfico 11):

Gráfico 11: Organização da dispersão dos consumidores entrevistados por cidades e bairros na RMB.



Fonte: Elaborado pelo autor com base no formulário de pesquisa.

A tabela 4 contém as informações principais informadas pelos entrevistados, onde foram organizadas da seguinte forma: frequência de pedidos; tempo no grupo; nível de escolaridade; renda familiar mensal; como conheceu o GRUCA; atividades que participaram:

Tabela 4: Aspectos sociais, de consumo e participação dos consumidores do GRUCA.

| Frequência de Pedidos | Nº de Consumidores | % |
|--|---------------------------|----------|
| Toda semana | 3 | 15,0% |
| A cada duas semanas | 6 | 30,0% |
| Uma vez no mês | 7 | 35,0% |
| Raramente | 4 | 20,0% |
| Tempo no Grupo | Nº de Consumidores | % |
| < 6 meses | 1 | 5,0% |
| 1 ano | 6 | 30,0% |
| 2 anos | 4 | 20,0% |
| > 2 anos | 9 | 45,0% |
| Nível de Escolaridade | Nº de Consumidores | % |
| Superior Completo | 18 | 90,0% |
| Superior Incompleto | 0 | 0,0% |
| Médio Completo | 2 | 10,0% |
| Médio Incompleto | 0 | 0,0% |
| Fundamental Completo | 0 | 0,0% |
| Fundamental Incompleto | 0 | 0,0% |
| Renda Familiar Mensal | Nº de Consumidores | % |
| Até 2 salários mínimos | 4 | 20% |
| De 3 a 5 salários mínimos | 8 | 40% |
| De 6 a 10 salários mínimos | 4 | 20% |
| Mais de 10 salários mínimos | 4 | 20% |
| Como conheceu o GRUCA | Nº de Consumidores | % |
| Indicações de amigos | 9 | 45,0% |
| Através do meio acadêmico | 6 | 30,0% |
| Mídias Sociais (Instagram, Facebook, etc...) | 5 | 25,0% |
| Atividades do Grupo que Consumidores Participaram (Além dos pedidos dos paneiros) * | Nº de Consumidores | % |
| Vivências nos Locais de Produção | 8 | 40,0% |
| Auxílio na Gestão do Grupo | 6 | 30,0% |
| Atividades de Comunicação | 6 | 30,0% |
| Coleta de Produtos | 4 | 20,0% |
| Montagem dos Paneiros | 2 | 10,0% |
| Reuniões e/ou rodas de conversas presenciais ou virtuais | 5 | 25,0% |
| Nunca participou de outra atividade. | 11 | 55,0% |

*Para essa questão, os consumidores poderiam marcar mais de uma opção.

Fonte: Elaborado pelo autor com base no formulário de pesquisa.

A frequência de pedidos nos dados analisados demonstra que o GRUCA apresenta mais da metade dos consumidores (55%) não possuindo uma frequência constante de pedidos na loja virtual, e que por diversos fatores limitantes dão espaço para compras em outros lugares.

Vale a pena fazer uma breve comparação com alguns grupos de consumo pelo país que possuem cestas de bens com características um pouco distintas do GRUCA, como é o caso da Célula de Consumidores Responsáveis (CCR), que é uma tecnologia social, desenvolvida pelo Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar

(LACAF) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), e utilizam, por exemplo, um modelo de cesta “fechada”, ou seja, os consumidores não escolhem previamente os alimentos que irão receber, limitando estes produtos à sazonalidade e disponibilidade deles. E este modelo de cesta fechada possui pagamento antecipado e valores estipulados, que no caso da CCR corresponde a R\$ 29,00 e R\$ 53,00, as cestas pequenas e grandes, respectivamente. Portanto, o fato dos paneiros do GRUCA terem uma característica de livre escolha dos produtos pelos consumidores, podem contribuir para a não “fidelidade” e responsabilidade dos consumidores para o mantimento do próprio grupo, tendo em vista que há a necessidade de pelo menos 20 entregas de paneiros por ciclo, com pedidos de no mínimo R\$ 40,00 mais a taxa de serviço de R\$ 13,00 para que a logística de entrega seja viável, segundo o relato do próprio articulador das entregas. E outros possíveis obstáculos para a regularidade dos pedidos por parte dos consumidores, pode ser observado em alguns relatos deles durante a pesquisa com o formulário (Quadro 4), onde ao todo 16 consumidores relataram alguns motivos pelos quais não fazem pedidos regularmente.

Quadro 4: Diversos relatos dos consumidores do GRUCA quanto a baixa frequência dos pedidos.

| Consumidor | Relatos sobre os motivos e possíveis dificuldades na regularidade dos pedidos |
|-------------------|---|
| 1 | "Minha família acha caro pedir e acabam preferindo ir até as feiras de orgânicos" |
| 2 | "Geralmente não estou em casa no dia da entrega" |
| 3 | "Falta de planejamento próprio" |
| 4 | "É o que permite meu orçamento" |
| 5 | "Nem sempre tenho necessidade" |
| 6 | "A questão financeira" |
| 7 | "Por morar com mais uma pessoa, não conseguimos consumir todos os produtos a tempo e acabam estragando" |
| 8 | "Como moro sozinha e muitas vezes durante a semana me alimento fora, os produtos que compro tem uma boa quantidade que dura esse tempo" |
| 9 | "Viagens pessoais atrapalham maior regularidade nos pedidos" |
| 10 | "Se comprar toda semana, geralmente os alimentos estragam, pois a família é pequena" |
| 11 | "A família é pequena" |
| 12 | "Fico muito tempo só" |
| 13 | "Estragam rápido, principalmente frutas e verduras e legumes" |
| 14 | "Na verdade, é desorganização minha. Acabo fazendo compras na feira ou no supermercado" |
| 15 | "Instabilidade geográfica" |
| 16 | "É casual. Posso aumentar ou diminuir a frequência conforme a conveniência" |

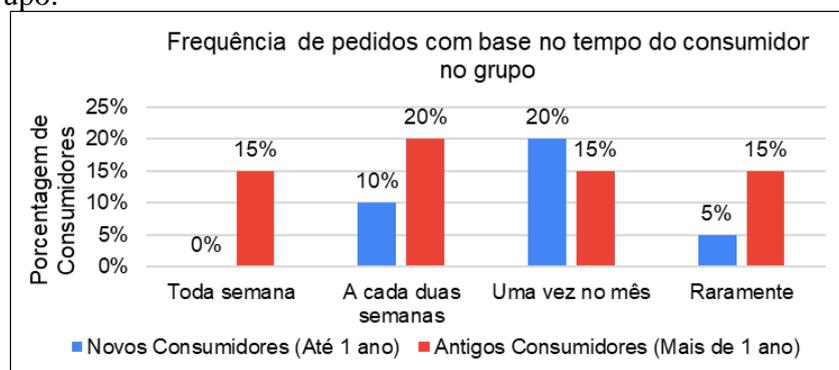
Fonte: Elaborado pelo autor com base nas respostas do formulário de pesquisa.

Pelo que pode ser observado, os relatos mais comuns entre os consumidores são sobre a vida útil dos produtos, alguns citam inclusive o fato da quantidade de membros na família ser pequeno e o tempo que eles levam para ser consumidos, mas isso poderia ser evitado com a adoção de algumas práticas de conservação de alimentos, onde nas próprias redes sociais do GRUCA são divulgadas informações a respeito e no grupo também é debatido como determinados alimentos devem ser armazenados, bem como utilizá-los em receitas e em adquiri-los principalmente apenas quando necessários, evitando desperdícios.

Esses obstáculos também são expostos por Pistelli e Mascarenhas (2011), quando citam alguns dos principais desafios enfrentados por grupos de consumo responsáveis, e um deles é justamente o armazenamento dos produtos e a logística deles até chegar ao consumidor, o que pode ocasionar essa redução da vida útil. A equipe de entrega do GRUCA até frisa aos consumidores que tentem facilitar o recebimento dos produtos, por exemplo, consumidores que residem em prédios, que já deixem autorizados a equipe a entregar na portaria, ou deixem uma bandeja pronta para o recebimento da mesma, pois com as temperaturas em Belém muito elevadas, os produtos tendem se deteriorarem mais rápido.

Outro fator a ser discutido quanto à frequência, é o engajamento de novos consumidores e sua regularidade de pedidos. O gráfico 12 foi composto pelas associações dos dados da frequência de pedidos e o tempo no grupo, conforme visto na tabela 4, e então foi representado como está disposta essa frequência com base nas respostas do formulário:

Gráfico 12: Frequência de pedidos realizados pelos entrevistados, baseados pelo tempo junto ao grupo.

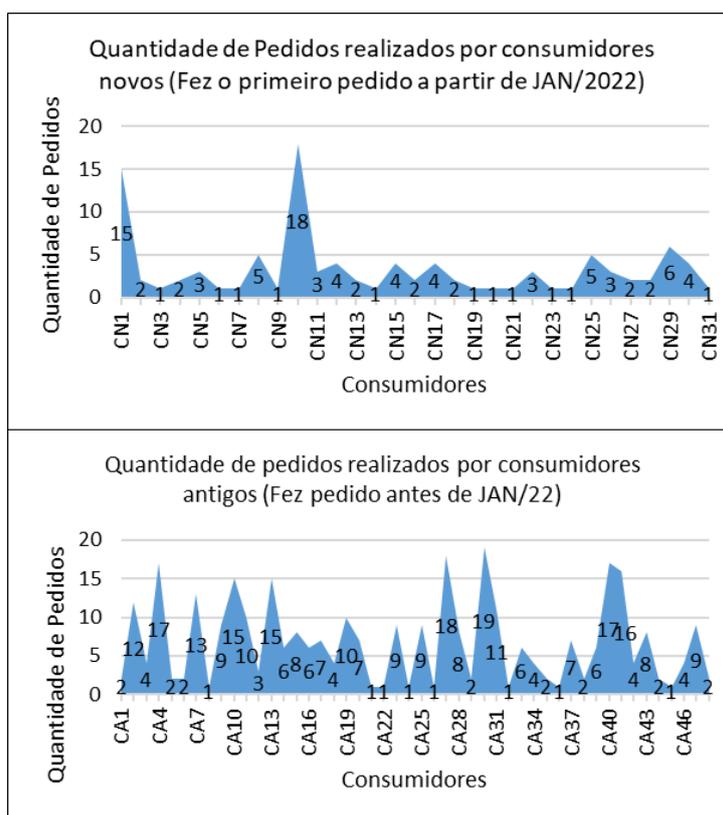


Fonte: Elaborado pelo autor com base no formulário de pesquisa.

Nenhum consumidor considerado novo afirmou que faz pedidos toda semana, a maior parte deles (20%) disse que faz pedidos apenas uma vez no mês. E apenas 15% dos antigos afirmaram que realizam pedidos toda semana.

O exposto acima foi corroborado e reflete também o mesmo quando observados pelos dados obtidos a partir da plataforma virtual e permitiram identificar, conforme as datas, quantos pedidos foram realizados no primeiro semestre de 2022 e quantos consumidores estavam fazendo pedidos pela primeira vez. Sendo assim, foram organizadas novamente duas categorias de consumidores: 1 – Consumidores Novos / CN (estão no grupo até 1 ano); 2 - Consumidores Antigos / CA (estão no grupo há mais de 1 ano), conforme o gráfico 13:

Gráfico 13: Comparativo de pedidos realizados por consumidores novos e consumidores antigos.



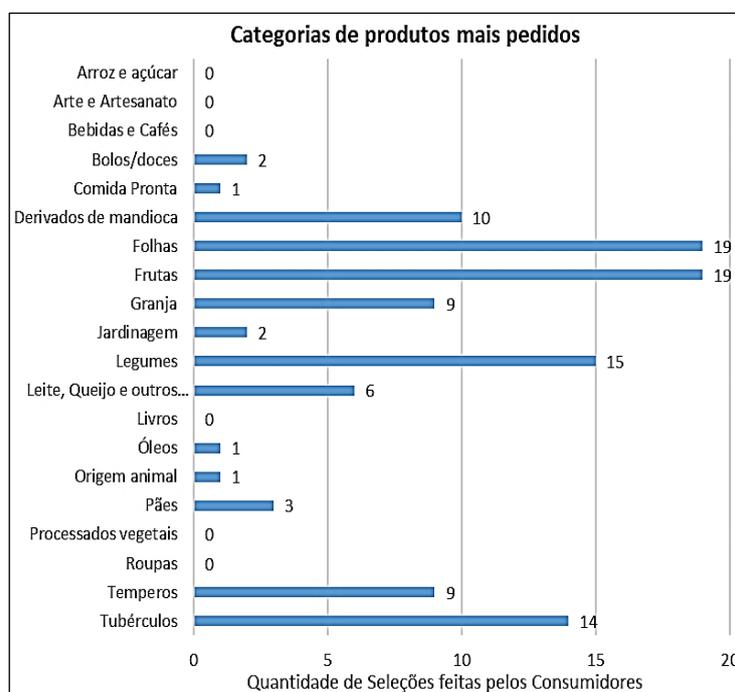
Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da Plataforma Virtual (Painel GRUCA + Iacitá)

Pode-se notar que os consumidores novos tendem a fazer pedidos uma vez ou duas vezes e não voltam mais a fazer regularmente, dos 31 consumidores novos (CN), apenas 2 fizeram acima de 9 pedidos, 18 destes fizeram apenas 1 ou 2 pedidos e não realizaram mais durante o período analisado. Um fato que implica buscar as causas pelos quais estes

consumidores não retornaram, que também podem estar associadas aos relatos dos participantes da pesquisa com o formulário. Já os consumidores considerados antigos, apresentam uma continuidade nessa frequência de pedidos, dos 46 consumidores considerados antigos (CA), 19 fizeram acima de 9 pedidos entre janeiro e junho de 2022, mantendo um considerável volume e estabilidade de pedidos.

Em relação aos principais produtos que são preferências de compra pelos consumidores do GRUCA, o gráfico 14 mostra que as folhas e as frutas são os que mais tem saída. Uma suposição para isso, no caso das folhas mais vendidas, que são o Alface e a Couve, por exemplo, é o fato de serem vegetais de ciclos curtos e são plantadas durante o ano todo pela agricultura familiar na Amazônia. E para as frutas mais vendidas, como a banana e o mamão, além de terem uma boa produtividade durante o ano, estão entre as cinco frutas preferidas para o consumo do belenense segundo Rebello et al (2022), e as cinco principais são: banana, maçã, açaí, mamão e manga. Os autores corroboram associando essas preferências à facilidade de encontrar no mercado local, o que também pode ser um motivo pelo qual estejam entre os preferidos pelos consumidores do GRUCA.

Gráfico 14: Categorias de produtos mais pedidos pelos consumidores com base nos consumidores entrevistados.



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da Plataforma Virtual (Painel GRUCA + Iacitatá)

A renda familiar mensal dos entrevistados foi essencial para observar o perfil de consumo de produtos agroecológicos, onde 40% deles encontram-se com uma renda familiar mensal entre 3 e 5 salários mínimos e 40% de 6 salários ou mais, ou seja, estão situados em classes sociais com um poder aquisitivo mais elevado. Miranda et al (2022), em estudo especificamente na feira orgânica da praça Brasil, em Belém do Pará, encontraram dados semelhantes referentes ao perfil de consumidores de alimentos orgânicos/agroecológicos, mostrando que 22,4% apresentavam renda entre 3 e 4 salários mínimos, e 15,8% dos informantes apresentaram entre 1 e 2 salários e 15,8% com mais de 4, vale ressaltar que neste trabalho foram avaliados valores salariais individuais e não a renda familiar.

Em relação à escolaridade, em análise especificamente de três edições da feira orgânica da praça Brasil, em Belém, Pacheco e Simões (2017) evidenciaram um alto grau de escolaridade pelos consumidores, com mais de 70% dos entrevistados possuindo nível superior completo, e destes, 20% possuindo inclusive pós-graduação, os autores afirmam que o perfil desses consumidores é moldado a partir da idade, escolaridade, motivação e hábitos alimentares.

Ao associarmos os dados do quesito renda familiar em relação à escolaridade, é notável a presença de consumidores com um nível alto de escolaridade (90%), tendo um perfil de classe média baixa e alta e classe alta, mostrando que esta composição da rede do GRUCA não está inserida apenas de forma geográfica, onde pôde-se observar a disposição da maioria dos consumidores estarem em bairros que concentram domicílios com alta renda.

Corroborando também o expresso por Bourdieu (2008), que afirma que o fator gosto tem uma funcionalidade elementar coesiva dentro das classes, onde este fator vincula o indivíduo classificando-o socialmente por uma série de distinções. Tais distinções são exteriorizadas por intermédio das práticas de consumo, gostos e preferências, portanto, associando à uma classe ou uma parte desta classe. Em análise sobre a obra “A distinção: crítica social do julgamento” de Bourdieu, Alves (2011) a traduz da seguinte forma:

“A distinção é uma denúncia violenta e, ao mesmo tempo, uma inspiração para um modelo de compreensão dos mecanismos sociais e culturais, que retira os fatores econômicos do epicentro das análises da sociedade porque remete as práticas de consumo culturais a uma estrutura relacional” (ALVES, 2011).

Mas para Barreiros (2008), essa base distinta socialmente proposta por Bourdieu (2008) não significa a negação de forma extrema da existência de grupos de consumidores que alegam que a sua própria ação de consumo de orgânicos é motivada por lutas ideológicas. Por entrar em lutas ideológicas e nesse contexto de distinção de classes sociais, vale rememorar Karl Marx:

“E como as compras e as vendas são efetuadas entre indivíduos singulares, é inadmissível que nelas busquemos relações entre classes sociais inteiras” (MARX, 2013).

Nesse contexto, é possível visualizar dentro do GRUCA o dinamismo de interesses e o mercado moderno (WEBER, 1991), na busca por proximidades ideológicas, de consumo e de objetivos entre seus envolvidos. E o fato social (DURKHEIN, 1984), no mercado do GRUCA, apresentando a coerção social na participação dos consumidores, principalmente na ação de compra dos pães, não se fazendo presente em relação à participação social em outras atividades, como visto na tabela 4, onde 55% dos consumidores nunca participaram de outra atividade, apenas a compra dos pães.

Quanto ao nível de escolaridade, em outros países como na Alemanha e Portugal, Marreiros, Lucas e Röhrich (2010) fortificam a ideia de que o nível de escolaridade e a renda são fatores que influenciam a busca por práticas de consumo orgânicos e complementam também que o comportamento de consumo também está relacionado com as diferenças culturais, disponibilidade de recursos naturais e o que eles chamam de “maturidade de mercado”, que deixa implícito que seria justamente a consolidação organizacional do fornecimento de produtos alimentícios.

Para Lösch, Gaia e Bricarello (2022), a agroecologia é um caminho viável e necessário para a produção digna e consciente de alimentos e na promoção da Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional. Mas ainda está limitada a uma determinada parcela da população:

“O acesso a alimentos saudáveis, como os orgânicos e agroecológicos, ainda se faz presente a uma camada ínfima da população, sobretudo a uma classe com relativo acesso de compra ou com certa consciência dos benefícios destes produtos” (LÖSCH; GAIA; BRICARELLO, 2022).

Desse modo, essas preferências, principalmente voltadas ao lócus da agroecologia e da produção consumo de alimentos baseados na mesma lógica, apresenta uma funcionalidade de unificar aqueles que têm condições objetivas e ideológicas parecidas, distinguindo-os, contudo, de todos os outros que, socialmente, desconhecem tais semelhanças, ocasionando também divergências até o momento inelutáveis. Nesse sentido, para Rover e Lampa (2013), os mercados que surgem por meio de articulações entre atores sociais que compartilhem visões comuns de desenvolvimento e também tem o intuito de consolidar a economia local tem representado uma nova forma de construção social de mercado que prezam pela consciência, ocasionando também um novo olhar ao consumidor e sua importância como um coprodutor dos sistemas agroalimentares locais.

A relevância dos resultados da pesquisa também se baseia na cultura do consumo, descrita pela socióloga econômica Viviana Zelizer (2005), onde a autora corrobora que há a necessidade de se estudar o papel do consumidor:

“Embora haja muitos estudos na área de consumo na literatura acadêmica, são poucos os trabalhos questionando o papel do consumidor, em particular dentro da Sociologia” (ZELIZER, 2005).

Com base em tudo o que foi discutido, vale corroborar a necessidade da ampliação do engajamento dos consumidores para com o GRUCA, estreitando seus laços e potencializando estes para as atividades essenciais presentes em um grupo de consumo responsável, tendo em vista que a maioria dos membros envolvidos com a rede ainda encontram-se dispersos quanto ao seu papel de contribuição para o mantimento do grupo e focam mais na atividade de compra dos pães. Fato este que também já foi pontuado por Pistelli e Mascarenhas (2011):

“É necessário lidar com algumas questões, como o fato de que parte significativa dos consumidores não dedica tempo para o grupo de consumo e demonstram ter pouca noção da cadeia produtiva e pouca preocupação com o produtor; para esses consumidores, a motivação para participar no grupo está restrita a preocupações com sua própria saúde e busca de acesso a produtos orgânicos com preços mais baixos do que o mercado convencional (quando é o caso)” (PISTELLI; MASCARENHAS, 2011)

Quanto ao papel da gestão do GRUCA, têm-se essa tarefa de reverter este cenário, alentando cada vez mais ambientes que permitam uma maior interação entre os atores da

rede, isso pode ser estimulado também com maior frequência e intervalos mais curtos das atividades que possibilitem este contato entre os integrantes, para além das compras coletivas e do contato virtual. As vivências, por exemplo, são de suma importância para que isso ocorra, podendo ter um calendário anual ou semestral para que o consumidor também se programe e a possibilidade de oficinas ou reuniões e rodas de conversas periódicas acerca de determinadas temáticas voltadas ao consumo responsável e à economia solidária.

Quanto à dinâmica de funcionamento, também é interessante repensar em estratégias no contexto logístico, como a possibilidade primeiramente da descentralização de determinadas funções, para não sobrecarregar um produtor/articulador em específico, já que foi notado uma grande centralidade no Sítio do Velho Roque, mas isso ocorre também em virtude de uma característica do próprio GRUCA, que Pistelli e Mascarenhas (2011) chamam de “Redes Singulares”, apresentando essa centralidade na distribuição dos produtos. As redes das CCR's, por exemplo, são caracterizadas como “Redes Capilares” conforme o conceito de Pistelli e Mascarenhas (2011) e ocorrem de forma em que cada produtor tenha um circuito de comercialização de consumo próximo da sua localidade, onde cada um fica responsável pelo que eles chamam de células.

Desse modo, esta pode ser uma alternativa para a descentralização e obstáculos logísticos encontrados no GRUCA, inclusive as autoras mencionadas citam que as redes capilares são melhores adaptadas para grandes áreas urbanas e periurbana. Isso ocorre tanto pelas distâncias geográficas quanto pelo ritmo de vida das pessoas. Mas lógico, no presente momento, cada grupo possui uma dinâmica e estrutura diferente, necessitando de estratégias específicas de gestão, baseadas em sua localidade, abrangência e perspectivas. No sentido dessa dinâmica de funcionamento de redes capilares, estimula-se a formação de núcleo de consumidores, que são basicamente outros pontos de distribuição/gestão dos produtos. Porém, o atual cenário participativo em relação ao consumo no GRUCA, poderia ser inviável adotar tal modelo para descentralizar funções.

Uma sugestão ao modelo singular que o GRUCA apresenta, seria inserir em sua gestão um acompanhamento de consumidores, buscando sempre compreender os motivos pelos quais alguns não conseguem manter regularidade nos pedidos ou não participarem de outras atividades do grupo.

5.2.3 Potenciais e obstáculos em relação aos ODS

Com base no que foi exposto, é notável o quanto o GRUCA possui um potencial de contribuição com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU. Quanto ao Objetivo nº 2 (fome zero e agricultura sustentável), que tem como premissa principal acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar, melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável. Em sua meta 2.4, busca garantir a funcionalidade de sistemas sustentáveis de produção de alimentos e colocar em prática sistemas agrícolas resilientes, mantendo assim os ecossistemas, pode-se notar que a todo instante ao longo do trabalho, a resiliência e mantimento dos sistemas sustentáveis foram assegurados pela atuação do grupo na produção e consumo, principalmente no período da pandemia da Covid-19. Foi visualizado também a aplicação da meta 2.5, na relação entre os agricultores e as possibilidades de trocas, mantendo a diversidade genética de sementes, plantas cultivadas, animais de criação e domesticados e suas respectivas espécies selvagens.

Mas o ODS nº 2 não engloba apenas a agricultura sustentável, em relação ao alcance do termo “fome zero”, observa-se a meta 2.1, que diz respeito à garantia de acesso de todas as pessoas, em particular os pobres e pessoas em situações vulneráveis em relação à segurança alimentar, e infelizmente o GRUCA ainda possui um espaço social abrangendo consumidores com um poder aquisitivo mais alto, portanto, sendo pouco inclusivo nesse sentido, contudo, o grupo não alcança o ODS nº 2. Isso é reforçado tendo em vista que o combate à fome é voltado para as camadas populacionais com as menores rendas e pelo que foi visualizado, principalmente nos níveis de insegurança alimentar voltadas à RMB, as populações com menor poder aquisitivo acabam consumindo produtos de menor qualidade, inclusive nutricional, e geralmente não têm acesso a informações acerca da produção e aos produtos agroecológicos.

Quanto ao ODS nº 12 (Consumo e Produção Responsáveis) é bem representado em todo o GRUCA, desde as observações feitas nos locais de produção, quanto a busca dos consumidores por produtos produzidos de forma responsável, mesmo que ainda não alcance esferas sociais mais carentes. Para a ONU, o termo “consumo responsável” inserido neste objetivo tem como premissa o comércio justo e solidário, que é uma das vertentes principais valorizadas pelo GRUCA, pode-se lembrar, como exemplo, a autonomia dos agricultores familiares do grupo, estipulando seus próprios preços, garantindo o comércio transparente entre os envolvidos, também pode-se citar a possibilidade do microcrédito solidário, quando estes agricultores necessitam. Partindo desse ponto, pode-se inferir que o GRUCA se enquadra nessa mudança nos padrões de

consumo e produção propostos pela ONU. Na meta 12.2, o alcance de uma gestão sustentável e uso eficiente dos recursos naturais, conforme o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2022) está conceituado da seguinte forma:

“ODS 12: Meta 12.2. Conceitos importantes mencionados na meta: Uso eficiente de recursos naturais significa gerar mais valor com a utilização menor dos recursos. O aumento da demanda e do consumo tem consequências inevitáveis sobre o aumento da oferta da produção e o esgotamento dos recursos naturais do planeta, especialmente em vista do aumento da população, da renda e do número de consumidores com estilos de vida insustentáveis. Desta forma, são necessárias práticas relacionadas à aquisição de produtos e serviços que visam diminuir ou até mesmo eliminar os impactos ao meio ambiente” (IPEA, 2022).

Desse modo, esta meta é a mais relevante associação com mercados alternativos que visam alcançar os indicadores do presente ODS. O uso eficiente dos recursos naturais é bem desenvolvido no GRUCA, onde notou-se que todos os seus parceiros visam a produção sustentável, de base agroecológica e orgânica, evitando assim impactos socioambientais negativos, sem utilizarem agrotóxicos e contribuindo dessa forma para o mantimento dos recursos, evitando seu esgotamento e/ou uso intensivo. A gestão sustentável no caso do GRUCA, que no presente trabalho chamou-se de “autogestão”, ainda possui obstáculos que foram abordados e necessitam de atenção, mas para o termo “gestão sustentável” que a ONU define, refere-se ao cumprimento dos critérios e princípios de sustentabilidade (ambiental, social e econômica), portanto, o GRUCA pode ser considerado de acordo com a meta 12.2.

A meta 12.1, que diz respeito a implementação do Plano Decenal de Programas sobre Produção e Consumo Sustentáveis, com todos os países tomando medidas, e os países desenvolvidos assumindo a liderança, tendo em conta o desenvolvimento e as capacidades dos países em desenvolvimento. Esta meta possui como indicador a incorporação dos países, ou seja, ao nível nacional. Por isso, quanto ao consumo e produção sustentáveis, a meta possui um viés um tanto quanto incipiente para o GRUCA no cenário nacional. Nesta meta, o indicador 12.1.1 que incorpora o consumo e produção responsáveis a nível nacional ou como meta de políticas nacionais, ainda se apresenta com um panorama de desmonte de políticas públicas nos últimos anos referentes a esses seguimentos, também apresentando a não conformidade com os ODS, mas de forma que foge à autonomia do GRUCA. E a meta 12.7 visa promover práticas de contratações e

gestão públicas com base em critérios de sustentabilidade, de acordo com as políticas e prioridades nacionais, o que reafirma a importância do GRUCA se inserir em políticas públicas, ser visualizado pelo poder público como um grupo de consumo responsável atuante e operante e conseguir assim, novos rumos e possibilidades para o grupo, sua rede de produtos e de consumidores.

Apesar do GRUCA apresentar características potenciais de contribuição integral com os ODS citados, ele não consegue alcançar de fato o ODS nº 2 devido ao que já foi comentado acima e o ODS nº12 pode ser considerado alcançado, pois a sua inserção no cenário nacional e encaixe em políticas públicas não depende unicamente do grupo, onde para o desenvolvimento local, o grupo é uma promissora iniciativa sustentável. O que implica sugerir promoções de estratégias que alcancem, principalmente à nível de informação, o poder público e também a sociedade, sendo inclusivo a todas as esferas sociais, principalmente as que possuem um baixo poder aquisitivo. Permitindo, dessa forma, que eles também possuam o acesso e melhorias na qualidade do consumo de alimentos. Uma sugestão para sanar esta não conformidade ao ODS nº 2, é a utilização de instrumentos legais como o uso da instrução normativa junto ao poder público, mostrando a importância da inclusão das populações mais carentes nos circuitos de proximidade do GRUCA, bem como pensar em formas educativas para trazer jovens ao grupo. Desse modo, funcionando como um meio de equilibrar o perfil desses consumidores agroecológicos, que ainda se apresenta composto por pessoas de poder aquisitivo alto.

A proposta estratégica poderia transcorrer baseada na Resolução nº06 de 08 de maio de 2020 do FNDE, inserindo o GRUCA como um grupo de consumo viável e funcional, podendo ser inserido na EAN (Educação Alimentar e Nutricional), que é de responsabilidade da Secretaria de Educação (SEDUC) e das Prefeituras Municipais. Podendo, inclusive, ser construída uma nova modalidade/atividade no grupo como “jornadas pedagógicas”, onde o foco será, essencialmente, a participação dos consumidores nos lotes de produção da rede, executando práticas agroecológicas, e também levar essas práticas para as escolas da rede municipal de ensino, sensibilizando a parcela social com um poder aquisitivo mais baixo para o consumo e produção responsáveis e possivelmente um maior engajamento dos jovens. Acredita-se que o acesso à informação sobre a produção e consumo de alimentos saudáveis tem que, prioritariamente, se iniciar pela educação básica, justificando a possível interação entre o GRUCA e as escolas municipais.

Independentemente da não conformidade com o ODS nº 2, ficou claro a relevância do GRUCA para o mercado agroecológico local, principalmente com o enfoque aos circuitos de proximidade, mesmo com os obstáculos abordados, o que implica no estímulo do semear e regar iniciativas sustentáveis na Região Amazônica, valorizando a participação, relação e a construção social dentro das interações mercadológicas sustentáveis, tanto no âmbito regional quanto nacional. Pode-se afirmar como ponto positivo a busca em proporcionar novos rumos para o sistema agroalimentar local, como foi observado no uso de plataformas digitais, contribuindo com a agricultura familiar, auxiliando na sua comercialização e escoamento até chegar aos consumidores, mas que para a lógica de um grupo de consumo responsável, necessita ainda rever o papel do consumidor e se este compreende que a plataforma é apenas uma das interações presentes no grupo e que as construções sociais de um GCR, originam-se das relações de confiança e afeto adquiridas no contato, que abrange mais do que o contato meramente virtual e de consumo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho chega à compressão de que o Grupo Para Consumo Agroecológico apresenta uma contribuição para o desenvolvimento local que vai além do mercado meramente comercial. Pois interage na relação produção-consumo estreitando os laços de familiaridade, confiança e afeto entre esses dois elos. Essas características foram evidenciadas através das atividades do grupo e observações das relações entre os produtores e consumidores, pautadas pela proximidade não só no sentido geográfico, mas também nas relações de comércio justo, economia solidária e objetivos comuns.

Quanto ao processo de autogestão do GRUCA, é necessário pensar em soluções gerenciais para que haja uma melhor distribuição de tarefas e maior participação tanto de consumidores quanto de produtores, buscando sempre manter a gestão sustentável. Em relação ao uso de plataformas digitais para o escoamento, elas conseguem alcançar os consumidores, são uma excelente forma de divulgação dos produtos e de quem os produziu, mas apenas isso não é suficiente para garantir o engajamento dos consumidores em relação ao grupo de consumo e conseguir que estes tenham consciência do seu papel, tendo em vista que muitos possuem olhares para a plataforma com o sentido de facilitador de comercialização, sendo dessa forma, pouco inclusiva. Contudo, implica dizer que ações de divulgação sobre o papel do consumidor se tornam importantes para o mantimento do mercado agroecológico local, em especial, para o funcionamento do GRUCA, já que este necessita de uma quantidade de pedidos mínimos para garantir sua manutenção logística e operacional.

Pode-se afirmar também que o GRUCA é uma iniciativa promissora para fomentar mercados mais sustentáveis, de modo alternativo ao mercado convencional, possuindo um ótimo potencial para estimular a expansão da agricultura urbana e periurbana, de base agroecológica, na Região Metropolitana de Belém e ser incluso nas estratégias de planejamento, administração e manejo dos municípios em que está inserido.

Quanto à sua coerência com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, principalmente ao que tange à fome zero e agricultura sustentável (ODS nº 2), o GRUCA não alcança este objetivo, isto ocorre pela construção social de seus consumidores apresentarem-se com um perfil de poder aquisitivo alto e o objetivo esteja voltado ao alcance de esferas sociais menos favorecidas. Em relação ao consumo e produção responsáveis (ODS nº 12), é bem representado em todo o grupo, principalmente na valorização do comércio justo e gestão sustentável.

Pode-se afirmar também que a construção social dos consumidores do GRUCA está composta principalmente por uma classe social com um poder aquisitivo médio/alto, com ampla variação de idades, estando a maioria entre 32 e 51 anos e possuindo um alto nível de escolaridade, evidenciando a seletividade e a distinção que o mercado agroecológico ainda apresenta entre as classes sociais, por parte dos consumidores.

No mais, propõe-se a criação de estratégias informacionais que busquem também alcançar novos membros de diversas esferas sociais, não limitando o consumo responsável apenas a uma determinada parcela social. Como observado também, é imprescindível exteriorizar ao poder público o entendimento do modo de consumo de produtos agroecológicos e a construção social desse mercado a nível local e nacional, pois sem esse conhecimento, o fortalecimento e incentivo aos circuitos de proximidade se tornam um obstáculo, dificultando sua visibilidade, que atualmente possui pouquíssimos instrumentos efetivos de gestão que valorize-os e acabam por desconhecer essas interações.

O primeiro produto do trabalho (Cartilha Digital), foi produzido como um instrumento para informatização e orientação da importância dos consumidores, estimulando neles a consciência, para que reconheçam o seu papel na manutenção de um grupo de consumo responsável e com isso, incentivá-los a ter uma participação mais ativa, contribuindo para que se sintam cada vez mais inseridos como atores de práticas sociais, políticas e ecológicas, bem como alcançar a inclusão à novas esferas sociais que desconhecem a importância da agroecologia e da segurança alimentar e nutricional. Saindo, portanto, da atuação apenas como consumidores, transformando-os em atores para pensar e agir em prol de novas práticas sustentáveis voltadas ao desenvolvimento local na Amazônia.

Por fim, com base na constatação de que o GRUCA ainda não atende a ODS nº 2, que visa o combate à fome e é destinada às populações com baixo poder aquisitivo e difícil acesso a alimentos saudáveis. Foram elaborados os produtos 3, 4 e 5. Os Resumos Executivos (Produtos 3 e 4), objetivam fornecer informações necessárias à Prefeitura Municipal de Belém e à Câmara Municipal de Belém acerca dos resultados encontrados na pesquisa, ressaltando a importância do GRUCA e a construção social dos envolvidos, de modo que os poderes executivo e legislativo tenham conhecimento de tais formas mercadológicas pautadas nas relações sociais e afetivas, estimulando a tomada de decisão para inseri-los em suas políticas. Potencializando dessa forma, a inserção da população mais carente a alcançar uma alimentação mais saudável e possibilitarem a eles o acesso a

informações acerca dos benefícios do consumo sem o uso de agrotóxicos e de práticas sustentáveis de produção e acesso aos alimentos.

A Instrução Normativa (Produto 5), tem a proposta de inserção dessa população mais carente nos circuitos de proximidade do GRUCA, funcionando como uma forma de atenuar/equilibrar o perfil dos consumidores da rede, uma vez que ele ainda se apresenta de forma pouco inclusiva quanto a presença desta parcela social no grupo. Acredita-se também que o acesso aos alimentos agroecológicos está associado com a questão de informação na educação básica. Portanto, este produto será direcionado especificamente ao poder legislativo municipal, ressaltando a Resolução nº 06 de 08 de maio de 2020 do FNDE, buscando inserir os GCR's na Educação Alimentar e Nutricional desta resolução. Com isso, espera-se que este documento sirva como suporte para tomada de decisões e implementações positivas para a sociedade, em especial as esferas sociais mais carentes e todas as que possam estar envolvidas com o presente estudo.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACSELRAD, H; COLI, L.R. Disputas cartográficas e disputas territoriais. In: ACSELRAD, H. et al. (Org.). **Cartografias sociais e território**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Pesquisa e Planejamento urbano e Regional, p.13-43. 2008.

ALBUQUERQUE, M. C. B. **Gestão social de bens comuns urbanos no contexto da cidade justa, democrática e sustentável: o caso da orla do Portal da Amazônia**, em Belém, Pará. Dissertação de Mestrado em gestão de Recursos Naturais e Desenvolvimento Local na Amazônia. Belém: Universidade Federal do Pará, Núcleo de Meio Ambiente, 2016.

ALTIERI, M. **Agroecologia: bases científicas para uma agricultura sustentável**. São Paulo: Expressão Popular, 2012.

ALVEAR, C. A. de S. **Tecnologia e participação: sistemas de informação e a construção de propostas coletivas para movimentos sociais e processos de desenvolvimento local**. (Tese de Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2014.

ALVEAR, C. A. de S.; HORA, L. B. P.; SILVA, F. D. M.; GRAÇA, P. J. M. T.; FERREIRA, R. C. B.; AMORIM, G. A. **Sistema integrado de comercialização para produtos da agricultura familiar**. International Journal of Engineering, Social Justice and Peace, Kingston, v. 7, n. 2, p. 68- 89, 2020.

ALVES, E. **Pierre Bourdieu: a distinção de um legado de práticas e valores culturais. Sociedade e Estado**, [S. l.], v. 23, n. 1, 2011. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/sociedade/article/view/5389>. Acesso em: 03 out. 2022.

ARTICULAÇÃO NACIONAL DE AGROECOLOGIA (ANA). **Enfraquecida no âmbito federal, política de agroecologia tem estados e municípios como vias possíveis**. 2019. Disponível em: <<https://agroecologia.org.br/2019/10/29/enfraquecida-noambitofederaltopicadeagroecologiatemestadosেমunicipioscomoviaspossiveis/#:~:text=Pode%2Dse%20dizer%20hoje%20que,executivo%20da%20ANA%2C%20Denis%20Monteiro>>. Acesso em: 15 set. 2022.

ANGROSINO, M. V. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

AQUINO, A. M.; ASSIS, R. L.; **Agricultura Orgânica em Áreas Urbanas e Periurbanas com Base na Agroecologia**. *Ambiente & Sociedade*. Campinas v. X, n.1, p.137-150, jan/jun. 2007.

AQUINO, T. P.; SOUZA, G. P. DA S.; AVIZ, L. B. DA S.; SIMÕES, A. V. **Aproximação entre agricultores e consumidores durante a pandemia da covid-19: experiências de pesquisa-ação em prol dos circuitos curtos de comercialização**. *Revista do Núcleo de Meio Ambiente da UFPA (REUMAM)*, V. 5, N. 1, 2020.

ARAÚJO, F. S. M. **Incidência da descontinuidade administrativa na política nacional de agroecologia e produção orgânica.** Trabalho de Conclusão de Curso. ENAP - Escola Nacional de Administração Pública, Brasília - Distrito Federal, 2020.

ASSIS, W., PIRAUX, M., AZEVEDO, H. **Dissonâncias no Estado do Pará entre a inexistência da PEAPO e a trajetória rica da agroecologia.** In: Eric Sabourin - Stéphane Guéneau - Julianna Colonna - Luiz Raimundo Tadeu da Silva (Orgs.). *Construção de Políticas Estaduais de Agroecologia e Produção Orgânica no Brasil: avanços, obstáculos e efeitos das dinâmicas subnacionais.* Editora CRV, Edição 1, 2019.

BANCO MUNDIAL. **Relatório sobre o Desenvolvimento Mundial de 2016: dividendos digitais.** Overview booklet. Banco Mundial, Washington, DC Licença: Creative Commons Attribution CC BY, v. 3, 2016.

BARREIROS, B. C. **O consumo de alimentos orgânicos como questão de gosto: uma discussão teórica das bases sociais do fenômeno do consumo sustentável.** 37º Encontro Nacional da ANPOCS. Águas de Lindóia-SP, 2013.

BITTENCOURT, S. V. P.; CALDAS, A. S. **A tecnologia da informação como instrumento de comercialização e gestão no agronegócio.** Bahia Análise e Dados, Salvador, v. 14, n. 2, p. 309-317, set. 2004.

BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento.** Porto Alegre: Zouk, 2008

BOURDIEU, P.; WACQUANT, L. J. D. *Réponses. Pour une anthropologie reflexive.* Paris, Le Seuil (Libre examen. Politique), 1992.

BOYNARD, L. M. **Usos da cartografia anti-racismo nas lutas do movimento negro brasileiro.** *Revista Geográfica de América Central.* Número Especial EGAL, 2011-Costa Rica, p. 01-09, 2011.

BRASIL (Congresso Nacional). Lei Federal nº 11.326, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Brasília: Congresso Nacional, 2006. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm> Acesso em: 29/10/2022

BRASIL, Decreto Nº 7.358. de 10 de novembro de 2010. Institui o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário – SCJS, cria sua Comissão Gestora Nacional, e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7358.htm> Acesso em: 26/11/2021.

BRONSON, K. **A digital “revolution” in agriculture?** In: DUNCAN, J.; CAROLAN, M.; JOHANNES, W. (ed.). *Routledge handbook of sustainable and regenerative food systems.* London, Routledge, 2020.

CAMINHOS QUE ALIMENTAM: uma experiência de consumo agroecológico na Amazônia (Filme). Direção: Noel Bastos Gonzaga e Larissa Beatriz da Silva Aviz.

Belém, 2022. Disponível em: <
https://www.youtube.com/watch?v=00thif0gVt0&t=1168s&ab_channel=N%C3%BAclodeMeioAmbiente-NUMA%2FUFPA.> Acesso em: 20 dez. de 2022.

CAPORAL, F. R. **Agroecologia: uma nova ciência para apoiar a transição a agriculturas mais sustentáveis**. Brasília, 2009.

CAROLAN, M. **Digitization as politics: Smart farming through the lens of weak and strong data**. *Journal of Rural Studies*, 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0743016720306951>. Acesso em: 18 set. 2022.

CARRASCAL, I. T. C. C. **A construção do mercado solidário brasileiro: contribuições das redes de economia solidária**. Dissertação de Mestrado. Pós-graduação em Sociologia da Universidade de Brasília. Brasília, 2011.

CAZELLA, A. A.; MEDEIROS, M.; DESCONSI, C.; SCHNEIDER, S.; PAULA, L. G. N. **O enfoque da cesta de bens e serviços territoriais: seus fundamentos teóricos e aplicação no Brasil**. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional. G&DR*. V. 16, N. 3, P. 193-206, 2020. Taubaté, SP, Brasil. 2020.

CESTA AGROECOLÓGICA. TIC-DeMos (2021). **Assessoria para confecção de sites de comercialização de cestas agroecológicas**. Disponível em: <http://cestaagroecologica.com.br/>. Acesso em: 18 ago. de 2021.

CONSOLI, R.; ALBURQUEQUE, L.; CREMONA, Ma.; BRITO, P. **Projeto CASA: vivências agroecológicas para integração campo-cidade**. *Cadernos de Agroecologia*, Anais do XI Congresso Brasileiro de Agroecologia - ISSN 2236-7934, São Cristóvão, Sergipe, 2020.

COTERA, A.; ORTIZ, H. Comércio Justo. In: CATTANI, A. D. et al. (Coord.) **Dicionário Internacional da Outra Economia**. Coimbra: Almedina, 2009. p. 60–67.

CRAMPTON, J. W.; KRYGIER, J. **Uma introdução à cartografia crítica**. *ACME: An International E-Journal for Critical Geographies*. Vol. 4, 2008.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A.; ALENCAR, M. C. F.; ABREU, L. S. **Redes Alimentares Alternativas e Novas Relações Produção-Consumo na França e no Brasil**. *Ambiente & Sociedade*, São Paulo v. XIX, n.2, p. 1-22, abr.-jun. 2016.

DAROLT, M. R.; ROVER, O. J. **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**. Livro eletrônico, Estúdio Semprelo, Florianópolis - SC, 2021.

DURKHEIM, E. **As regras do método sociológico**. 11ª ed. São Paulo, Editora Nacional, 1984.

EMBRAPA. EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA E AGROPECUÁRIA. **Marco Referencial em Agroecologia**. Brasília: EMBRAPA, 2006.

FAO. FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. **La COVID-19 y el acceso de los pequenos productores a los mercados**. Roma: FAO, 2020.

FERREIRA, A. G.; PAIVA, A. R. N.; ESCOBAR, M. Z.; CARVALHO, N. F.; BOHÓRQUEZ, N. V.; SOGLIO, F. K. D. **Mercados alternativos de alimentos**. In: Desenvolvimento, agricultura e sustentabilidade / organizadores Fábio Dal Soglio e Rumi Regina Kubo; coordenado pela SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), Ministério da Educação. **Resolução nº 6, de 08 de maio de 2020**. Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar aos alunos da educação básica no âmbito do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Acesso em: 10 de jan. de 2023.

FRANCO, A. D. **O lugar mais desenvolvido no mundo: Investindo no capital social para promover o desenvolvimento comunitário**. Brasília: AED | Agência de Educação para o Desenvolvimento, 2004.

FUNDO AMAZÔNIA. **Projeto Nova Cartografia Social na Amazônia**. Universidade do Estado do Amazonas (UEA) e Fundação de Apoio Institucional Muraki. Disponível em: <http://www.fundoamazonia.gov.br/pt/projeto/Nova-Cartografia-Social-na-Amazonia/>. Acesso em: 29 de agosto de 2021.

GAZOLLA, M.; AQUINO, J. R. **Reinvenção dos mercados da agricultura familiar no Brasil: a novidade dos sites e plataformas digitais de comercialização em tempos de Covid-19**. *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, v. 29, n. 2, p. 427-460, jun. 2021.

GLIESSMAN, S. R. **Agroecologia: processos ecológicos em agricultura sustentável**. Porto Alegre: UFRGS, 2000.

GONZAGA, N. B.; GUERRA, G. A. D.; ROCHA, A. C. de O., **GRUCA (Grupo para Consumo Agroecológico): autogestão e cooperação entre consumidores e produtores da Feira Orgânica de Belém e do Assentamento Mártires de Abril (Mosqueiro – Belém – Pará)**. IX Congresso Brasileiro de Agroecologia, Cadernos de Agroecologia – ISSN 2236-7934 – Vol 10, Nº 3 de 2015.

GORAYEB, A; MEIRELES, A. J. A; SILVA, E. V. **Princípios básicos de Cartografia e Construção de Mapas Sociais**. In: GORAYEB, A; MEIRELES, A. J. A; SILVA, E. V (Org.). *Cartografia Social e Cidadania: experiências de mapeamento participativo dos territórios de comunidades urbanas e tradicionais*. Fortaleza: Expressão Gráfica Editora, p. 9-24, 2015.

GRUCA, GRUPO PARA CONSUMO AGROECOLÓGICO. Grupo no *facebook*. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/groups/698496930171865/media>>. Acesso em: 15 de agosto de 2022.

GRUCA, GRUPO PARA CONSUMO AGROECOLÓGICO. **Participe dessa vivência agroecológica e fortaleça essa teia**. Belém, 12 abr. 2022. Instagram: @grucabelem.

Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CcQba7hOxv3/>>. Acesso em: 13 de agosto 2022.

GUÉNEAU, S.; SABOURIN, E.; NIEDERLE, P. A.; COLONNA, J.; STRAUCH, G. F. E.; PIRAUX, M.; LAMINE; ASSIS, W. S.; ÁVILA, M. L.; CANAVESI, F. C.; TAVARES, E. D.; BARBOSA, Y. R. S.; SCHMITT, C. J. **Rumos, ensinamentos e perspectivas para as políticas estaduais de agroecologia e produção orgânica. Construção de Políticas Estaduais de Agroecologia e Produção Orgânica no Brasil: avanços, obstáculos e efeitos das dinâmicas subnacionais.** Revista Brasileira de Agroecologia. Vol. 14, Nº. 2 Esp. p. 7-21. 2019.

GUZZATTI, T. C; SAMPAIO, C. A. C; TURNES, V. A. **Novas relações entre agricultores familiares e consumidores: perspectivas recentes no Brasil e na França.** Organizações Rurais & Agroindustriais, v. 16, n.3, p. 363-375, 2014.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Agropecuário de 2017. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. População e Indicadores Sociais, 2021. Rio de Janeiro: IBGE, 2021.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2017-18. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

INSTITUTO ESCOLHAS. **Os desafios e o potencial da agricultura urbana e periurbana em Belém.** São Paulo: 2022. Disponível em: <<https://www.escolhas.org/>>. Acesso em 30 de outubro de 2022.

IPEA. INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Objetivos do Desenvolvimento Sustentável.** ODS 12, meta 12.2. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/ods/ods12.html#coll_12_2>. Acesso em: 11 de out. de 2022.

KOZEL, S. As Representações no Geográfico. In.: MENDONÇA, F. KOZEL, S. (org). **Elementos da Epistemologia da Geografia Contemporânea.** Curitiba: Ed. UFPR. 2002.

LANDIN, F. O.; PAULINO, P. R. O.; RIBEIRO A. M. M. **A cartografia social como instrumento de espacialização dos conflitos territoriais no campo: o caso da região da chapada – Apodi/RN.** Revista de Educação Ambiental, Edição Especial V CBEEAGT, Universidade Federal do Rio Grande - FURG, Vol. 21, n.2, 2016.

LIMA, M. V. da C; COSTA, S. M. G. da. **Cartografia social das crianças e adolescentes ribeirinhas/quilombolas da Amazônia.** Revista Geografares, nº12, p.76-113, 2012.

LÖSCH, E. L.; GAIA, M. C. M.; BRICARELLO, P. A. **Agroecologia e segurança alimentar em tempos de pandemia de Covid-19.** Revista Katálysis, Florianópolis, v.25, n. 3, p. 551-559, set.-dez. 2022

MAGALHÃES, T. N. C. B. B.; SOARES, D. A. S.; SIMÕES, A. V. **Análise de Uso e Ocupação do Solo no Assentamento Paulo Fonteles no Distrito de Mosqueiro -**

Belém/Pa. Revista Universidade e Meio Ambiente (REUMAM), v. 7, n. 1, p. 16-31, 2022.

MAGALHÃES, T. N. C. B. B.; SOARES, D. A. S.; SIMÕES, A. V. **Análise de Uso e Ocupação do Solo no Assentamento Paulo Fonteles no Distrito de Mosqueiro - Belém/Pa.** Anais do 1º Congresso Amazônia: Ambientes, Territórios e Desenvolvimento (COAM), Belém-PA, 2022.

MARREIROS, C.; LUCAS, M. R.; RÖHRICH, K. **Explaining organic food choice on the basis of socio-demographics. A study in Portugal and Germany.** Cefage-Ue, 2010.

MARX, K. **O Capital: crítica da economia política.** livro 1: o processo de produção do capital. Tradução de: Rubens Enderle. Boitempo Editorial, São Paulo, 2013.

MATTOS, C. G. L. de; **A abordagem etnográfica na investigação científica.** Campina Grande: EDUEPB, 2011.

MIRANDA, T. G.; ALVES, R. J. M.; SILVA, E. R. M.; PONTES, A. N.; MARTINS, C. C. T. **Perfil socioeconômico e consumo de orgânicos de uma Feira Agroecológica, Belém, Pará.** Revista em Agronegócio e Meio Ambiente - RAMA. v. 15, n. 4, 2022.

NIEDERLE, P.; SCHNEIDER, S.; TONIN, J.; DENARDI, S.; SALAPATA, J.; GAZOLLA, M.; PREISS, P.; CONTERATO, M.; SCHUBERT, M.; GRISA, C. **Inclusão produtiva por meio de mercados alimentares digitais: desafios para a construção de estratégias cooperativas solidárias.** In: Mercados alimentares digitais: inclusão produtiva, cooperativismo e políticas públicas / organizadores: Paulo Niederle, Sérgio Schneider e Abel Cassol. Editora UFRGS, Porto Alegre, 2021.

OLIVEIRA, E. D. **O lugar da produção e consumo em circuitos curtos.** Revista de Gestão e Organizações Cooperativas – RGC – Santa Maria, RS, v.5, n.10, Jul./Dez. 2018.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (Brasil). **Objetivos de desenvolvimento sustentável: 17 objetivos para transformar nosso mundo.** Brasília, 2015. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 18 de agosto de 2021.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA - UNESCO. **Sociedade digital: hiatos e desafios da inclusão digital na América Latina e o Caribe.** Montevideu, 2017. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000262860_por. Acesso em: 15 de setembro de 2022.

PACHECO, N. C.; SIMÕES, A. V. **Abreviando Distâncias entre a Roça e o Prato: o caso da Feira de Produtos Orgânicos de Belém.** VIII Simpósio Internacional de Geografia Agrária - SINGA, GT 18 – Agroecologia, economia(s) solidária(s) e mercados camponeses, Curitiba - PR, 2017.

PECQUEUR, B. **Qualidade e desenvolvimento territorial: a hipótese da cesta de bens e de serviços territorializados.** Eisforia. Florianópolis, v. 4, n. 4, p.135-153, 2006.

PINTO, M. F. C. **Caminhos da agrobiodiversidade: redes de troca de sementes em sistemas agroecológicos na serra catarinense, Alto Vale do Rio Tijucas, Santa Catarina.** Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Recursos Genéticos Vegetais da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2014.

PISTELLI, R. S. S.; MASCARENHAS, T. S. **Organização de grupos de consumo responsável** - Instituto Kairós; (Caminhos para práticas de consumo responsável). São Paulo, 2011.

PLATAFORMA VIRTUAL DO GRUPO PARA CONSUMO AGROECOLÓGICO (Wordpress). **Paneiro GRUCA + Iacitá.** Disponível em: <<https://paneiro.cestaagroecologica.com.br/>>. Acesso em: 10 de jan. 2022.

PRETTY, J. N.; BALL, A. S.; LANG, T.; MORISON, J. **Farm costs and food miles: an assessment of the full cost of the UK weekly food basket.** Food Policy, v. 30, n. 1, p. 1-19, Feb. 2005.

PUSSININI, N; PIDORODESKI, A; TOLEDO, B.H.C, **Cartografia social dos povos e comunidades tradicionais no Paraná: novas perspectivas temáticas para a cartografia.** Entre-Lugar, Dourados, MS, ano 3, n. 5, p 19-36, 2012.

RAUD. C. A **Construção Social do Mercado em Durkheim e Weber: análise do papel das instituições na sociologia econômica clássica.** Revista Brasileira de Ciências Sociais - Vol. 20 Nº. 57, fevereiro, 2005.

REBELLO, F. K.; CARDOSO, N. R. P. C.; HOMMA, A. K. O.; SANTOS, M. A. S.; JESUS, P. M. **Frutas potenciais da Amazônia: análise da preferência dos consumidores no município de Belém, estado do Pará.** Revista Orbis Latina, Volume 12, Número 3, julho - dezembro, 2022.

REDE PENSSAN. REDE BRASILEIRA DE PESQUISA EM SOBERANIA E SEGURANÇA ALIMENTAR. II Vigisan – **Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil** [livro eletrônico]. Relatório de pesquisa. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert: Rede Penssan, 2022. Disponível em:<<https://olheparaafome.com.br/wp-content/uploads/2022/06/Relatorio-IIVIGISAN-2022.pdf>>. Acesso em 01/11/2022.

ROLANDI, S.; BRUNORI, G.; BACCO, M.; SCOTTI, Ivano. **The Digitalization of Agriculture and Rural Areas: Towards a Taxonomy of the Impacts.** Sustainability, v. 13, n. 9, p. 5.172, 2021.

ROVER, O. J.; LAMPA, F. M. **Rede Ecológica de Agroecologia: articulando trocas mercantis com mecanismos de reciprocidade.** Agriculturas. vol. 10, nº 02. p 22-25, 2013.

SANTOS, A. H. F.; BRINGEL, F. O. **A Horizontalidade da Questão Agrária - Reflexões a partir da experiência de um grupo de consumo responsável (GCRs).** Trabalho de Conclusão de Curso; (Graduação em Geografia) - UFPA - Universidade do Estado do Pará, 2017.

SANTOS, C. E. F.; **Conceição Paludo & Rafael Bastos Costa de Oliveira. Concepção de educação do campo.** In: Taffarel, Celi Neuza Zulke; Cláudio de Lira Santos Júnior & Micheli Ortega Escobar. Cadernos didáticos sobre educação no campo. Salvador: Editora da UFBA; 2010. p. 13-65.

SCHERER-WARREN, I. **Redes sociais: trajetórias e fronteiras.** Redes, sociedades e territórios. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005.

SCHNEIDER, S. **Reflexões sobre diversidade e diversificação.** RURIS - Centro de Estudos Rurais, Volume 4, Número 1. São Paulo. 2010.

SCHNEIDER, S.; MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A. **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

SILVA, C. N. **A representação espacial e a linguagem cartográfica.** GAPTA/UFPA, Belém, 2013.

SILVEIRA, S. A. **Software livre: a luta pela liberdade do conhecimento.** Editora Fundação Perseu Abramo. 2004.

SOARES, D. A. S.; VILLACIS TACO, L. H.; CASTRO, C. J. N.; OLIVEIRA, R. R. S.; MORAES, S. C. **Desenvolvimento da cartografia como linguagem geográfica: um processo de aprendizagem territorial.** Atlante, Málaga, v. 7, 2018.

SOMBRA, D.; RODRIGUES, G. P.; PINHO, D. do R. **Cartografia participativa como diálogo entre saberes: ontologia, epistemologia, metodologia e aplicações na construção social do conhecimento.** Revista Ensaios de Geografia. Niterói, vol. 8, nº 16, pp. 45-74, janeiro-abril, 2022.

STELZER, J.; TODESCAT, M.; GONÇALVES, E. N.; **O Projeto Ilha Rendada e o Comércio Justo: princípios normativos, práticas e desafios.** Comércio Justo e Solidário no Brasil e na América Latina. Florianópolis, SC. 2016.

TIBÉRIO, L.; BAPTISTA, A.; CRISTÓVÃO, A. **Sistemas Agroalimentares Locais e Comercialização em Circuitos Curtos de Proximidade.** Revista da Rede Rural Nacional, Lisboa. 2013.

VASCONCELLOS, M. S.; ROCHA, G. M. Desenvolvimento Territorial Sustentável e a Participação Popular na Amazônia: limitações e possibilidades. **Revista Movendo Ideias** Vol. 17, n. 2. 2010.

VASCONCELLOS, M.; VASCONCELLOS, A. M. A. Ação coletiva, parceria e empoderamento. In TEISSERENC, P. et al. (Org.), **Coletividades Locais e Desenvolvimento Territorial na Amazônia** Belém: NUMA/UFPA. p. 207-230, 2008.

WEBER, M. **Economia e sociedade.** Brasília, Editora da UnB, 1991.

WEGNER, R. C.; BELIK, W. **Distribuição de hortifruti no Brasil: papel das Centrais de Abastecimento e dos supermercados.** Cuadernos de Desarrollo Rural, Bogotá, Colômbia, v. 9, n. 69, p. 195- 220, jul./dic. 2012.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

WORLD BANK. *World Development Report 2016: Digital dividends.* Washington D.C.: World Bank, 2016.

ZELIZER, V. **Culture and consumption.** In: SWEDBERG, R. SMELSER, N. J. The handbook of economic sociology. Nova York: Princeton University Press, 2ª edição, 2005.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Produto 1 : Cartilha Digital



FICHA TÉCNICA

Autoria:

Társis Ney Castelo Branco Barros Magalhães
 Aquiles Vasconcelos Simões
 Noel Bastos Gonzaga

Ilustrações e Designer:

Tayná Portilho de Aquino

Revisão de Texto:

Társis Ney Castelo Branco Barros Magalhães
 Noel Bastos Gonzaga

Realização:

Universidade Federal do Pará (UFPA)

Núcleo de Meio Ambiente (NUMA)

Programa de Pós Graduação em Gestão de Recursos Naturais e Desenvolvimento
 Local na Amazônia (PPGEDAM)

Grupo de Estudos Diversidade Socioagroambiental na Amazônia (GEDAF)

Grupo para Consumo Agroecológico (GRUCA)

Ponto de Cultura Alimentar Iacitá



BELÉM - 2023

Sumário:

| | |
|---|----|
| 1. Apresentação | 01 |
| 2. O que é ser um Consumidor Responsável | 02 |
| 3. Circuitos de Proximidade e o Mercado Alimentar Convencional | 03 |
| 4. Circuitos de Proximidade do Grupo para Consumo Agroecológico (GRUCA) | 04 |
| 5. Cartografia Socioprodutiva do GRUCA | 05 |
| 6. Disposição dos consumidores da rede na Região Metropolitana de Belém (RMB) e sua Construção Social | 06 |
| 6.1 Faixa etária e gênero dos consumidores | 07 |
| 7. O Mercado Agroecológico, a Pandemia da Covid-19 e o Papel do Consumidor | 08 |
| 8. Atividades do GRUCA | 09 |
| 1 - Vivências | 10 |
| 2 - Auxílio na Autogestão do Grupo | 11 |
| 3 - Paneiros GRUCA + Iacitatá | 12 |
| 9. Quais obstáculos podem surgir para o mantimento de um grupo de consumo responsável? | 15 |
| 10. O que compreendi lendo a cartilha? | 16 |



1. Apresentação

Olá, consumidor! Esta cartilha tem o objetivo de orientá-lo acerca do funcionamento do grupo, do seu papel enquanto membro, contribuir para que você possa semear e regar ainda mais ideias de iniciativas sustentáveis como a parceria dos Paneiros do GRUCA+lacitadá, que está presente na Região Metropolitana de Belém (RMB) e municípios em grande parte do nordeste paraense, envolvendo territórios de reforma agrária, produtores e produtoras da feira orgânica da Praça Brasil e pequenos produtores agroecológicos.

O Grupo para Consumo Agroecológico (GRUCA) é um grupo de consumo responsável e foi idealizado em 2014, fruto de um trabalho acadêmico do Instituto Amazônico de Agriculturas Familiares (INEAF) da Universidade Federal do Pará (UFPA). Hoje conta com aproximadamente 167 consumidores no WhatsApp e 115 cadastrados na plataforma virtual (paneiro.cestaagroecologica.com.br). O surgimento da plataforma se deu principalmente pela necessidade de escoamento dos produtos da agricultura familiar no período de pandemia da Covid-19. O presente produto é fruto da parceria entre o GRUCA e o Grupo de Estudos Diversidade Socioagroambiental na Amazônia (GEDAF), que desde 2020 vem se fortalecendo nos estudos do mercado agroecológico, saberes tradicionais e inovações sociotécnicas na RMB.

A ideia principal é proporcionar novos rumos para o sistema agroalimentar, atuando criativamente na produção e consumo, incentivando a agroecologia. Dessa forma, aproximando também produtores e consumidores por meio da interação entre eles e a participação social. Por isso, é essencial que você, consumidor, conheça a sua importância para a manutenção das atividades do grupo.

2. O que é ser um consumidor responsável?

O consumo responsável começa quando o próprio consumidor compreende que a compra de um produto não é uma simples ação e que isto vai apoiar modos de produção e financiar todo um sistema agroalimentar.

Ter esse fato em mente nos faz refletir sobre o nosso consumo. Pensando de forma consciente, percebemos que as nossas escolhas de compra vão muito mais além da aquisição de um produto, ela atua diretamente na vida das pessoas que o produziram, na sociedade, nos hábitos de consumo e no meio ambiente. E quando o consumidor passa a não ver mais a sua comida como uma mercadoria, ele começa a dar outro significado para o consumo, ele passa a ter uma responsabilidade social, ambiental e cultural.

Portanto, em relação ao alimento que você consumiu hoje, já se questionou de onde ele veio? Como ele foi produzido e quem o produziu? O nosso papel como consumidor é fundamental, pois o mantimento de um mundo mais sustentável depende das nossas escolhas.



Fotos: Tayná Portilho de Aquino

3. Circuitos de Proximidade e o Mercado Alimentar Convencional

Na Literatura, há vários modelos de mercados, mas a presente cartilha irá abordar em especial dois, um deles é definido como Circuitos Curtos de Comercialização ou simplesmente Circuitos de Proximidade e o outro é o Mercado Alimentar Convencional, também conhecido como Mercado de Cadeias Longas. Eles apresentam algumas diferenças que serão pontuadas a seguir:

3.1 Circuitos de Proximidade

Como o próprio nome já mostra, este modelo de mercado consiste em uma maior valorização à economia local e geralmente é composta por sistemas produtivos baseados na diversidade da agricultura familiar e na agroecologia, não utilizando agrotóxicos nos alimentos, permitindo também relações sociais entre quem produz e quem consome. Isso tudo fortifica a possibilidade de trocas de saberes entre todos os envolvidos, valorizando a cultura e a segurança alimentar. Ele se caracteriza quando há no máximo um intermediário entre o produtor e o consumidor final. O GRUCA está inserido como um circuito curto de comercialização.

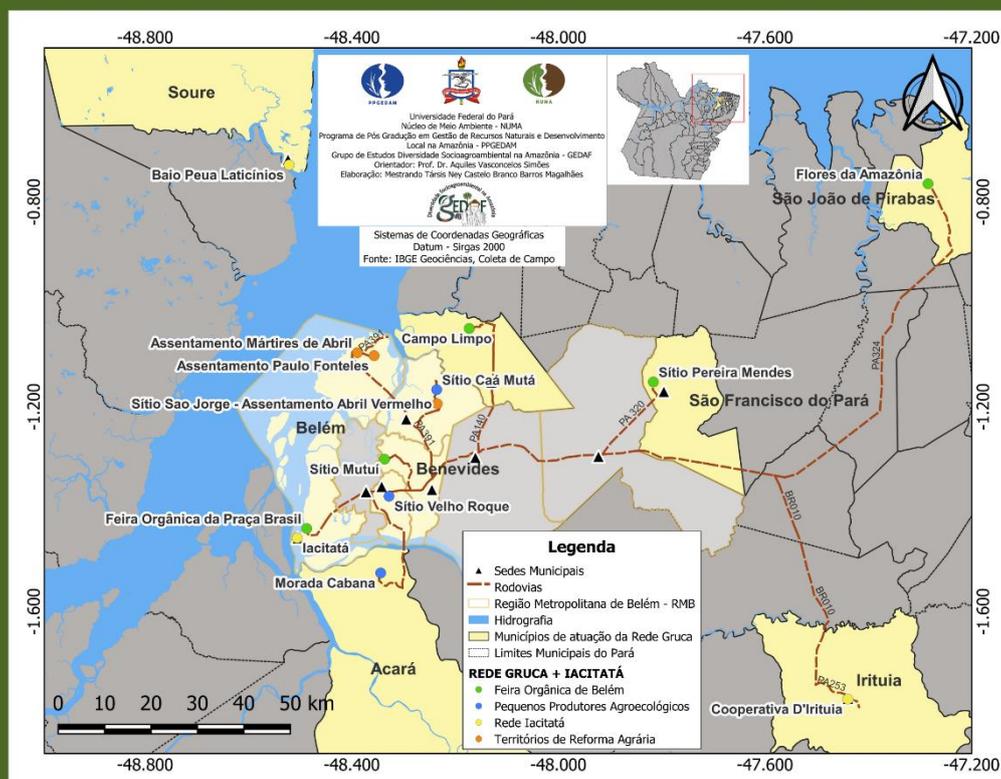
3.2 Mercado Alimentar Convencional

Já o Mercado Alimentar Convencional possui uma organização diferente dos Circuitos de Proximidade, pois ele apresenta uma ampla cadeia de intermediários. Seu sistema de produção é composto geralmente por cooperativismo industrial, estruturados por monoculturas agrícolas e uso intensivo de agrotóxicos, o que ocasiona diversos impactos socioambientais negativos. Neste modelo, os alimentos percorrem longas distâncias, visando o lucro, onde quem ganha a maior visibilidade são os grandes distribuidores, afastando agricultores e consumidores. Consequentemente isso também diminui a autonomia dos agricultores, já que infelizmente eles ficam refém das exigências dos grandes mercados.

4. Circuitos de Proximidade do Grupo para Consumo Agroecológico - GRUCA

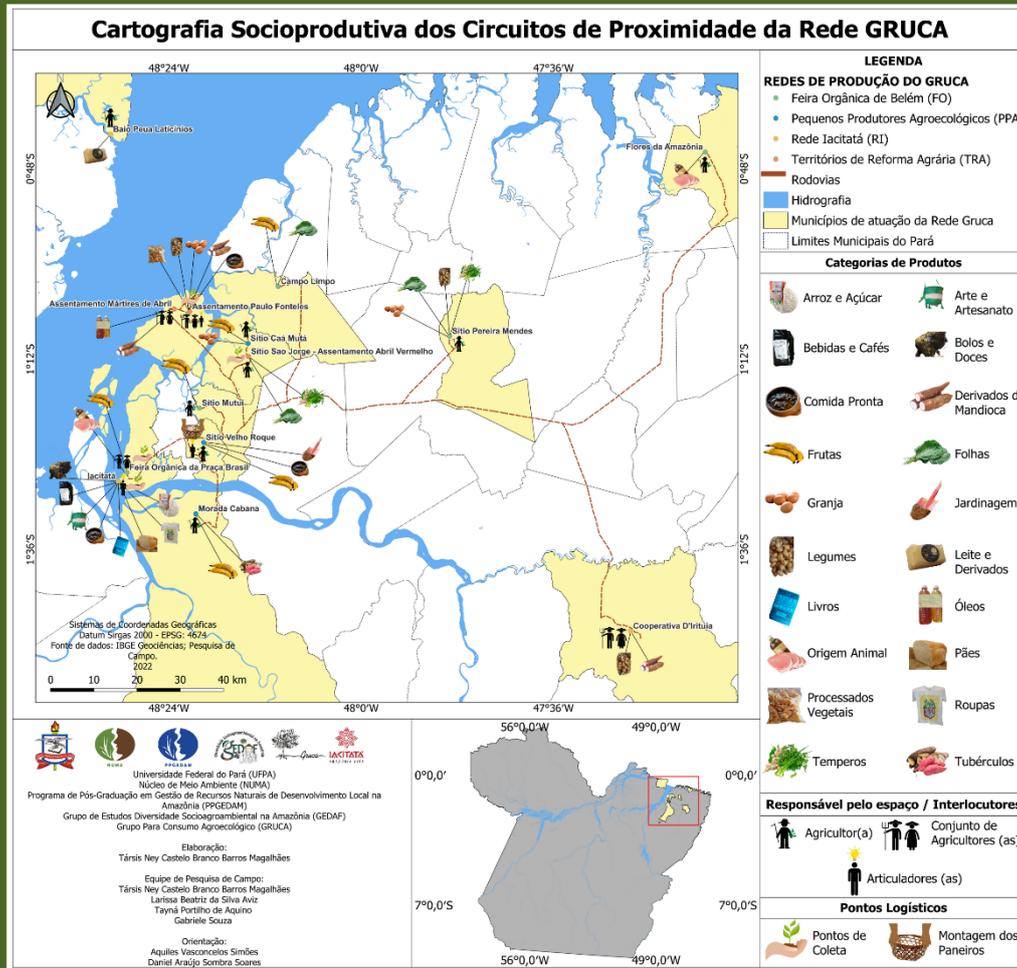
A rede do GRUCA atualmente envolve parceiros de 10 municípios paraenses, são eles: Acará, Belém, Benevides, Irituia, Marituba, Santa Bárbara do Pará, Santo Antônio do Tauá, São Francisco do Pará, São João de Pirabas e Soure. Para observarmos melhor esses parceiros, no mapa abaixo foram organizados em 4 grupos de parceiros que integram a rede, são eles: Feira Orgânica da Praça Brasil, Pequenos Produtores Agroecológicos, Rede Iacitatá e Territórios de Reforma Agrária. Vale ressaltar que a rede ainda possui parceiros de outros estados que interagem através do Iacitatá.

Localização dos parceiros do GRUCA.



5. Cartografia Socioprodutiva do GRUCA

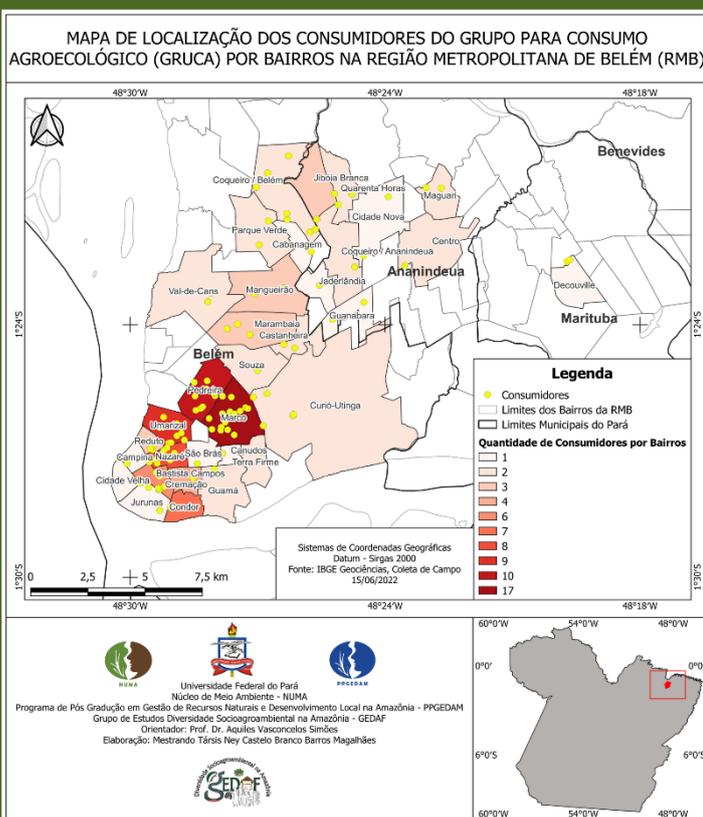
A cartografia socioprodutiva da rede serve como um instrumento para você, consumidor, saber de onde seus alimentos estão vindo exatamente, e quais categorias de produtos estão mais presentes em cada sistema de produção parceiro do GRUCA.



Elaboração: Társis Magalhães

6. Disposição dos consumidores da rede na Região Metropolitana de Belém (RMB) e sua Construção Social

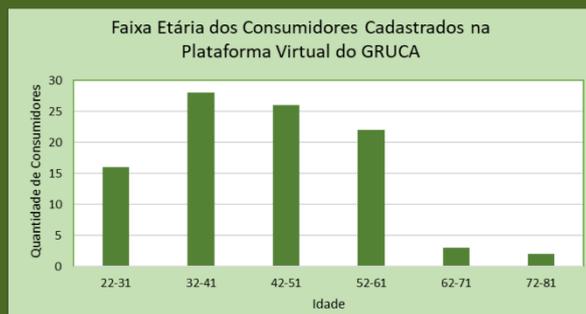
A construção social dos consumidores do GRUCA inicialmente foi composta pelo meio acadêmico (alunos e professores da Universidade Federal do Pará - UFPA) e hoje possui uma ampla distribuição pelos bairros da RMB. Porém, vale ressaltar que a maioria está localizada em bairros do centro de Belém, considerados inclusive bairros elitizados, o que demonstra que a rede ainda não chegou ao alcance de todas as esferas sociais quanto ao consumo, mas este fato no mercado agroecológico apresenta-se como um cenário nacional, não limitado apenas ao GRUCA. Em estudo em parceria com o GEDAF, foi constatado que 40% dos consumidores possuem uma renda familiar entre 3 e 5 salários mínimos e 40% de 6 salários para cima. O que reafirma que o grupo ainda considera-se pouco inclusivo quanto ao fator renda.



É importante ressaltar que este cenário também está associado com o acesso à informação, onde muitos desconhecem os benefícios socioambientais do mercado agroecológico local. O que serve de incentivo também para os membros do grupo pensarem em estratégias que possam alcançar e engajar mais pessoas de diferentes esferas sociais e com objetivos comuns, pensando em uma sociedade com uma equidade mais presente.

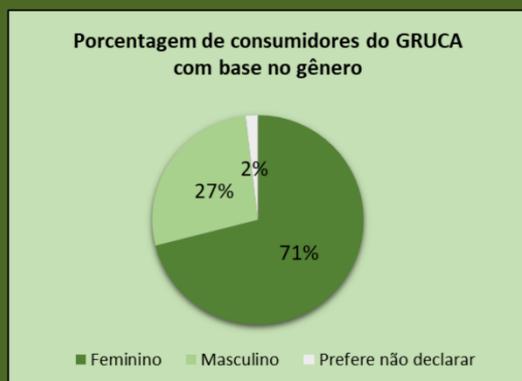
6.1 Faixa Etária e Gênero dos Consumidores

O GRUCA se apresenta bem diverso quanto a idade dos consumidores envolvidos, a maioria dos membros encontram-se em faixas etárias entre 32 e 61 anos (observar o gráfico abaixo). Mas ainda é incipiente ao alcance aos jovens, talvez pelo fator renda ou até mesmo por desconhecimento de tais benefícios socioambientais que redes alimentares alternativas e de base agroecológica podem proporcionar.



Fonte: Elaborado pelos Autores com base nos dados da Plataforma Virtual do GRUCA + Iacitatá

Outro dado interessante é a composição da rede com base no gênero. Até Junho de 2022, a grande parte do grupo era composta por mulheres (71%), homens correspondem a 27% do total e apenas 2% não se autoidentificaram por outro gênero e/ou preferiram não declarar, o que mostra uma maior participação e interesse das mulheres pelo consumo de alimentos agroecológicos, conforme mostra o gráfico abaixo:



Fonte: Elaborado pelos Autores com base nos dados da Plataforma Virtual do GRUCA + Iacitatá

7. O Mercado Agroecológico, a Pandemia da Covid-19 e o Papel do Consumidor

Em consequência da pandemia da covid-19, as comunidades camponesas e meio rural também tiveram que se readaptar. O GRUCA foi resiliente nesse período de pandemia, aplicando o uso da tecnologia para minimizar a distância entre produtores e consumidores. A utilização da plataforma de pedidos online possibilitou uma estabilidade nos pedidos feitos pelos consumidores do grupo e com isso também auxiliou o escoamento dos alimentos oriundos dos produtores parceiros da rede, a arrecadação média no primeiro semestre de 2021 chegou próxima de 10 mil reais (ver gráfico abaixo). Isso se deve provavelmente em virtude da proximidade entre produtores e consumidores, que não perderam o contato, e a logística do grupo permitiu que estes continuassem com as suas atividades, mesmo em situações de restrições e isolamento geográfico.



Fonte: Elaborado pelos Autores com base nos dados da Plataforma Virtual do GRUCA + Iacitatá

Mas o cenário em 2022 foi um pouco diferente, com o retorno das atividades presenciais, pois essa movimentação financeira não se manteve como pôde ser observado no comparativo do primeiro semestre de 2021 e de 2022. Isso se deve muito ao consumidores não terem continuado com a regularidade nos pedidos, que foi bem maior em 2021. O que implica reforçar ao consumidor sua extrema importância na regularidade dos pedidos.

8. Atividades do GRUCA

O GRUCA possui diversas atividades onde os membros podem se inserir, auxiliar na autogestão e encurtar os laços com os produtores da rede, são elas:

- 1 Vivências Agroecológicas
- 2 Auxílio na Autogestão do Grupo (Gestão de Comunicação, Gestão Financeira e Acompanhamento de Produtores e Consumidores)
- 3 Paneiros do GRUCA + Iacitatá (Coleta de Produtos, Montagem dos Paneiros e Entregas)

Nas próximas páginas, falaremos um pouco mais sobre cada uma delas, atentando para as ações mais importantes de cada uma, caso você nunca tenha participado de alguma atividade, tiver disponibilidade e se interessar, contamos com seu apoio, sua participação é extremamente importante para a manutenção do grupo. Sinta-se a vontade em entrar em contato com algum membro da gestão.



8. Atividades do GRUCA

1 Vivências Agroecológicas

Uma das principais atividades do GRUCA e que maior permite a interação entre produtores e consumidores, sem dúvidas, são as vivências. Para acontecerem de fato, há basicamente três etapas: planejamento, divulgação e realização. É sempre importante estar atento às programações divulgadas no grupo do WhatsApp e Instagram.

Geralmente ocorrem em um lote de produção dos parceiros do grupo, onde se tem oficinas, trabalhos agroecológicos, rodas de conversa, caminhadas, banhos de igarapés, reuniões, almoços e muita cultura.



Fotos: Társis Magalhães

8. Atividades do GRUCA

2 Auxílio na Autogestão do Grupo

Outra atividade que qualquer membro da rede pode e deve se engajar é auxiliar o grupo com a autogestão, podendo se inserir em algum dos 4 seguimentos:

- **Gestão de Comunicação**

É responsável por gerir a interação do grupo com a sociedade, utilizando principalmente as redes sociais e ajudando com a elaboração de conteúdos de interesse do grupo.

- **Gestão Financeira**

A responsabilidade da gestão financeira é contabilizar a receita e os custos como um todo, verificando a demanda de produtos solicitadas pelos consumidores na loja virtual e organizar o repasse dos valores ao produtores, de forma individualizada, já que cada produtor estipula o preço de seus produtos.

- **Acompanhamento dos Produtores**

O acompanhamento aos produtores consiste em entrar em contato com os produtores e verificar o que estes produziram e a disponibilidade dos produtos da semana, mantendo a equipe financeira sempre informada sobre essas questões.

- **Acompanhamento aos Consumidores**

Consiste em realizar o acompanhamento dos consumidores com o grupo, observando se o consumidor ainda encontra-se presente nas atividades, e caso ele não venha se engajando, buscar compreender os motivos, tentando ao máximo manter o grupo unido de forma participativa.

8. Atividades do GRUCA

3 Paneiros GRUCA + Iacitatá

- Loja Virtual

Funcionamento de Terça a Quinta-feira.



A loja virtual Painheiro GRUCA+Iacitatá surgiu a partir da pandemia de COVID-19 que, pelo necessário distanciamento social e isolamento geográfico, suspendeu feiras livres, ameaçava os Paneiros e a compra coletiva do GRUCA, que era entregue na sede do Iacitatá. O fim dessa atividade afetaria sensivelmente a renda e a vida de diversas famílias da rede.

Para efetuar seu pedido na loja é necessário um cadastro e uma posterior aprovação. Para a aprovação, precisamos esclarecer nossos princípios e regras enquanto um grupo de consumo responsável em contexto amazônico. Após o cadastro, recomendamos entrar em contato pelo nosso WhatsApp.

Os produtos apresentam variações dependendo da disponibilidade, sazonalidade e fornecimento pelos produtores. A loja possui cerca de 123 produtos diversos organizados em 20 categorias, são elas:



Fonte: Elaborado pelos Autores com base nos dados da Plataforma Virtual do GRUCA + Iacitatá

8. Atividades do GRUCA

3 Paneiros GRUCA + Iacitadá

Coleta de Produtos - Sexta-Feira

Todas às sextas-feiras, a equipe de coleta vai até os parceiros articuladores para recolher os produtos que foram solicitados através da plataforma virtual. Qualquer membro do grupo pode acompanhar a coleta e conhecer os territórios dos/as agricultores/as. É utilizada uma kombi como transporte para coletar os alimentos, carinhosamente conhecida como "anarkombi" pelos membros.



Foto: Tárzis Magalhães



Foto: Tárzis Magalhães

Montagem dos Paneiros - De Sexta-Feira para Sábado

A montagem dos paneiros acontece no Sítio Velho Roque. Na sexta-feira à noite são separadas as cestas, utilizando etiquetas com o nome de cada consumidor que realizou o pedido na semana, a partir do relatório que a loja virtual emite. Normalmente, nem todos os produtos estão com as quantidades totais solicitadas, então é necessário coletar outros alimentos na Feira Orgânica da Praça Brasil, local este que é onde acontece a saída para as entregas.

8. Atividades do GRUCA

3 Paneiros GRUCA + Iacitatá

Entregas - Aos Sábados

O local onde se iniciam as entregas é na Feira Orgânica da Praça Brasil, ponto de encontro com outros produtores também para complementar os produtos solicitados.

É extremamente importante colaborar para uma entrega rápida, principalmente pelo clima quente de Belém, e a cada minuto que passa a vida útil dos alimentos diminui. É preciso deixar bolsas na portaria ou autorizar previamente entrada da equipe de entrega.



Foto: Társis Magalhães

Preços e Pagamentos - Aos Domingos

Para realizar o pedido na loja virtual, têm-se um preço mínimo de pedidos de R\$ 40,00 mais taxa de serviço (está incluso toda a logística de coleta de produtos, montagem dos paneiros e entregas) e possui o valor de R\$ 13,00.

O pagamento deve ser feito após o nosso atendimento pós-entrega, geralmente no domingo. Nesse atendimento confirmamos os produtos entregues, quantidades e sua qualidade. Neste contato, seu feedback é essencial para avaliarmos como os produtos estão chegando até vocês. Caso necessário, recalculamos o preço final do pedido. Indicamos pagar via transferência Banco do Brasil, pix ou via boleto. É importante ressaltar que é com este pagamento que os agricultores são pagos posteriormente.

9. Quais obstáculos podem surgir para o mantimento de um grupo de consumo responsável?

Em levantamento realizado junto ao Grupo de Estudos Diversidade Socioagroambiental na Amazônia (GEDAF) da Universidade Federal do Pará (UFPA), pôde-se notar que mais da metade (55%) dos membros que se envolvem com a rede participaram apenas da atividade de compra dos paneiros, não buscando se envolver com outras atividades do grupo (vivências, coleta de produtos, montagem dos paneiros e/ou auxílio na gestão).

Dessa forma, a autogestão presente no GRUCA ainda se apresenta como um obstáculo, principalmente voltado à disponibilidade e engajamento dos consumidores. Por isso, é de suma importância que o grupo haja de forma para além de interesses e objetivos comuns, é necessário também o trabalho em conjunto, buscando uma gestão eficiente. Primeiramente na força de trabalho, evitando a sobrecarga de atividades para poucos membros, pois o envolvimento com o grupo fortifica a manutenção da autogestão. Mas que isso não se limite apenas a este grupo de consumo, fazendo com que esta forma alternativa de mercado possa ser multiplicada, aprimorada da melhor maneira possível para contribuir com a produção e consumo responsáveis.

É sempre um desafio garantir a viabilidade econômica do grupo, que precisa atingir um total de 20 pedidos por ciclo e por isso a importância da regularidade. Portanto, é relevante que o consumidor consiga fazer pedidos regulares, sem isso um grupo de consumo responsável fica impossibilitado de funcionar.



10. O que eu compreendi lendo a cartilha?

É extremamente importante o engajamento e a participação na autogestão do grupo, e não só do ato de compra, mas também ser ativo na logística dos paneiros, apoiando a dinâmica do grupo e contribuindo se possível com a coleta dos produtos, montagem dos paneiros e entregas. Além disso, é necessário viabilizar economicamente o funcionamento do grupo, através de pedidos regulares.

Não menos importante, valorizar as relações e a corresponsabilidade entre produtores e consumidores, buscando sempre encurtar esses laços, também é uma atitude relevante para o GRUCA.

Por fim, compreender os conceitos e atitudes que englobam os circuitos de proximidade, os grupos de consumo responsáveis e o mercado agroecológico é tarefa crucial de cada integrante. Somos um grupo de consumo responsável! Sinta-se parte! Participe! Não hesite em perguntar sobre o grupo e suas atividades.



Fotos: Acervo do GRUCA+ Iacitató e GEDAF

Entidades Executoras



Universidade Federal do Pará



portal.ufpa.br



Núcleo de Meio Ambiente



www.numa.ufpa.br



Programa de Pós-Graduação em Gestão
de Recursos Naturais e Desenvolvimento
Local na Amazônia



ppgedam.prosp.ufpa.br



Grupo de Estudos Diversidade
Socioambiental na Amazônia



dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/5471177992737272



Grupo para Consumo Agroecológico



paneiro.cestaagroecologica.com.br



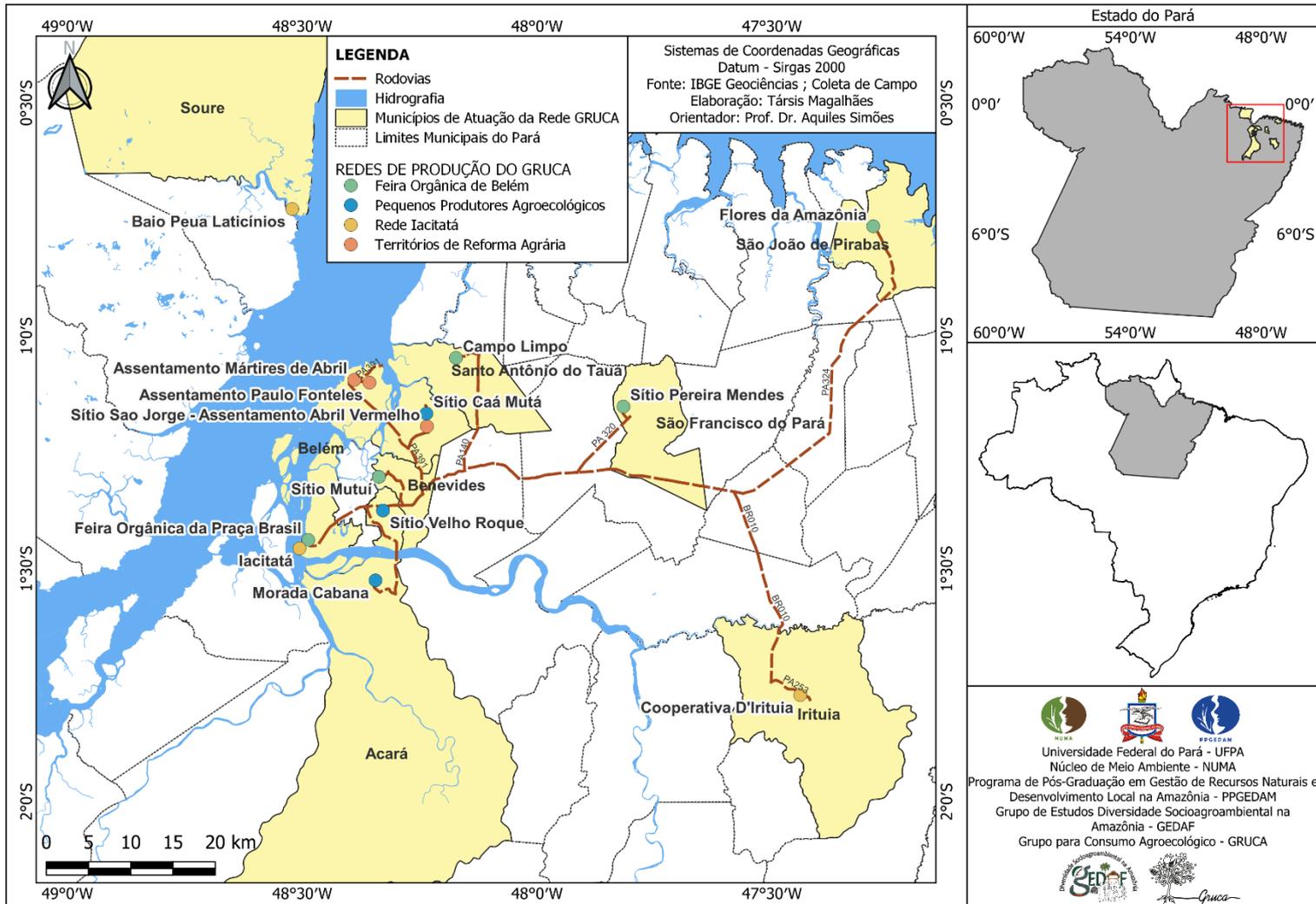
Ponto de Cultura Alimentar Iacitatá



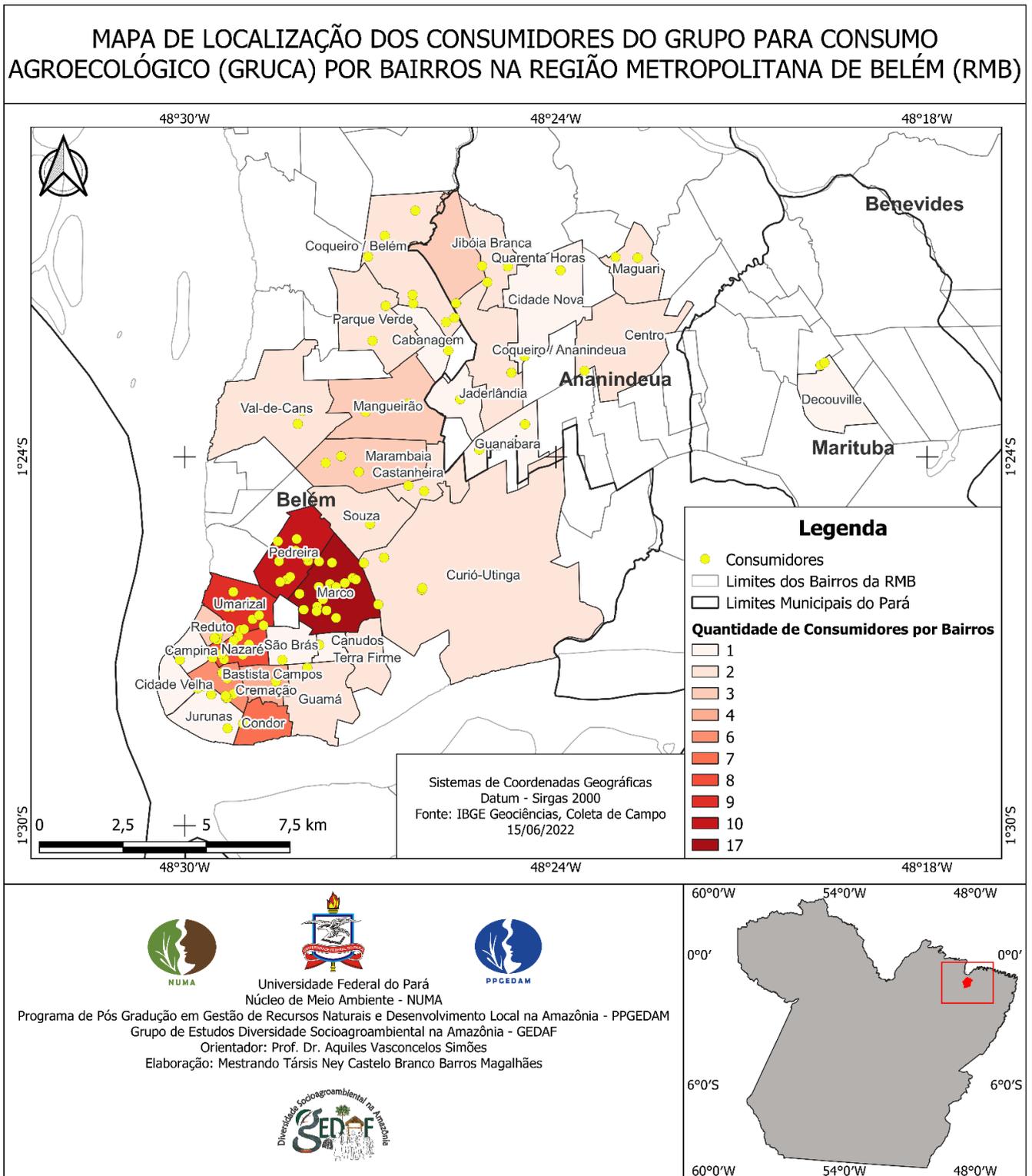
paneiro.cestaagroecologica.com.br

APÊNDICE B – Produto 2: Mapas e Cartografia Socioprodutiva do GRUCA

1- Mapa de localização dos Sistemas de Produção Parceiros da Rede Gruca + Iacitá em 2022.

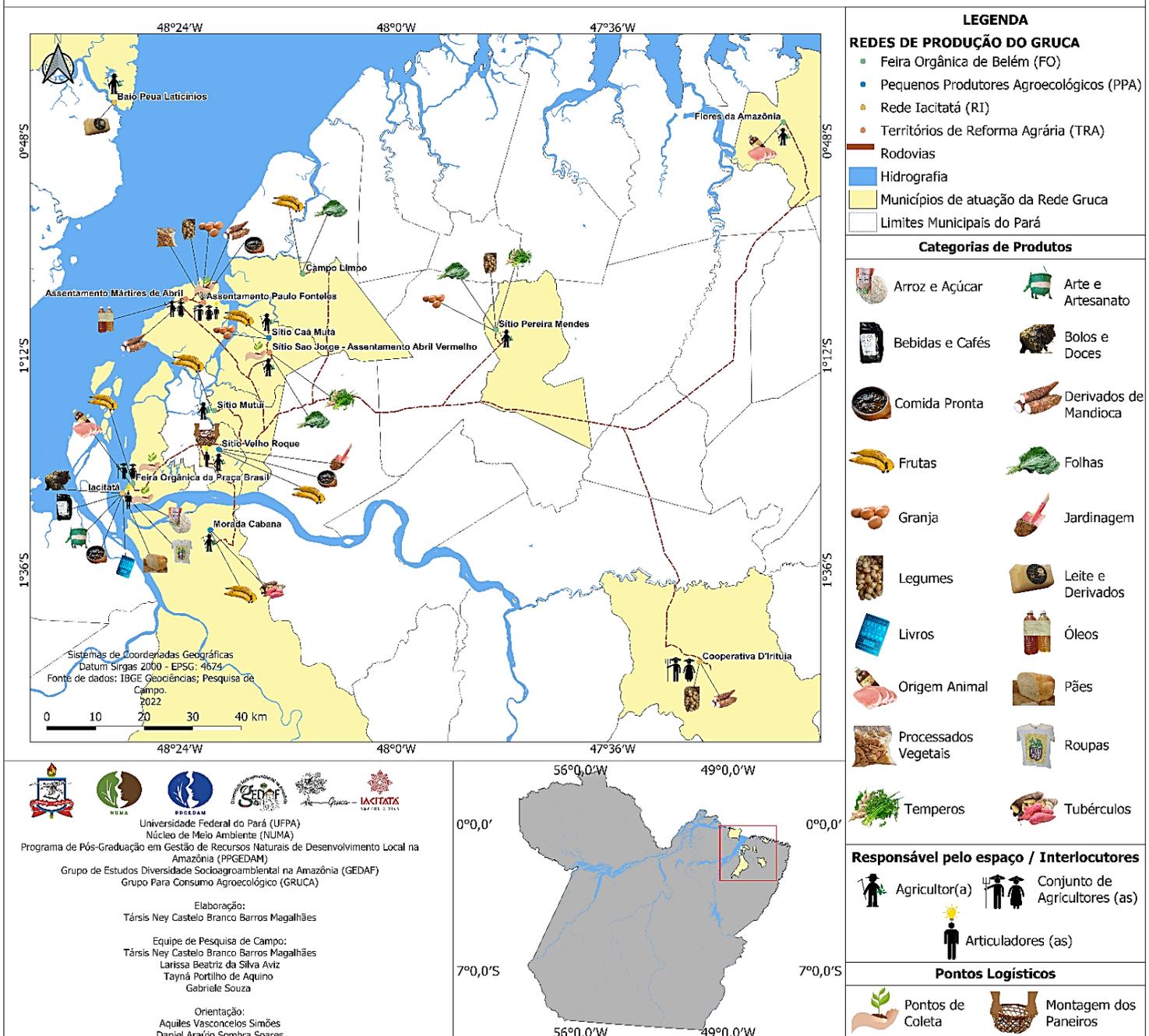


2- Mapa de localização dos Consumidores do GRUCA por bairros na RMB.



3 – Cartografia socioprodutiva do GRUCA.

Cartografia Socioprodutiva dos Circuitos de Proximidade da Rede GRUCA



APÊNDICE C – Produto 3: Resumo Executivo direcionado à Prefeitura Municipal de Belém

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ - UFPA
 NÚCLEO DE MEIO AMBIENTE - NUMA
 PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE RECURSOS NATURAIS E
 DESENVOLVIMENTO LOCAL NA AMAZÔNIA - PPGEDAM



RESUMO EXECUTIVO

1. DESTINATÁRIO

- Prefeitura Municipal de Belém

2. ELABORAÇÃO

- Mestrando Tárzis Ney Castelo Branco Barros Magalhães (PPGEDAM/UFPA)

3. ORIENTAÇÃO

- Prof. Dr. Aquiles Vasconcelos Simões (orientador/PPGEDAM/UFPA)
- Prof. Dr. Mário Vasconcelos Sobrinho (coorientador/PPGEDAM/UFPA)

De acordo da Banca de Defesa:

- Prof. Dr. Daniel Araújo Sombra Soares (PPGEDAM/UFPA)
- Prof. Dr. Fernando Michelotti (PPGPAM/UNIFESSPA)

4. FUNDAMENTAÇÕES

-Resolução nº 3.870, de 01 de julho de 2009, do Conselho Superior de Ensino, Pesquisa e Extensão (CONSEPE) da Universidade Federal Do Pará (UFPA), institui o Regimento Geral dos Cursos de Pós-Graduação Stricto Sensu oferecidos pela Universidade Federal do Pará.

-Resolução nº 4.511, de 20 de maio de 2014, do Conselho Superior de Ensino, Pesquisa e Extensão (CONSEPE) da Universidade Federal Do Pará (UFPA), que aprova o regimento do Programa de Pós-Graduação em Gestão dos Recursos Naturais e Desenvolvimento Local na Amazônia (PPGEDAM), em nível de mestrado profissional.

-Resolução do PPGEDAM Nº 01, de 24 de janeiro de 2019, que institui a política de boas práticas de implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no âmbito das teses, dissertações e demais produções técnicas, científicas, tecnológicas e de inovação do Programa de Pós-Graduação em Gestão de Recursos Naturais e Desenvolvimento

Local na Amazônia (PPGEDAM) do Núcleo de Meio Ambiente (NUMA) da Universidade Federal do Pará (UFPA)

5. INTRODUÇÃO

O presente documento é originado da pesquisa realizada durante o mestrado profissional em Gestão de Recursos Naturais e Desenvolvimento Local na Amazônia (PPGEDAM) da Universidade Federal do Pará (UFPA), vinculado ao Núcleo de Meio Ambiente (NUMA). Faz parte de um dos produtos da dissertação intitulada “CONSTRUÇÃO SOCIAL DO MERCADO AGROECOLÓGICO COM BASE EM CIRCUITOS DE PROXIMIDADE: EXPERIÊNCIA DO GRUPO PARA CONSUMO AGROECOLÓGICO (GRUCA)”. O propósito deste documento é dar um aporte técnico-científico para colocar em prática o conhecimento construído durante o trabalho.

O objetivo geral é fornecer informações necessárias à Prefeitura Municipal de Belém referente aos mercados agroecológicos alternativos presentes na Região Metropolitana de Belém (RMB), mais especificamente mostrar a experiência do grupo para consumo agroecológico (GRUCA), que é um grupo de consumo responsável idealizado em 2014, fruto de um trabalho acadêmico do Instituto Amazônico de Agriculturas Familiares (INEAF) da Universidade Federal do Pará (UFPA). O grupo tem como objetivo a aproximação entre consumidores e produtores, proporcionando reflexões e atuando criativamente sobre a relação produção-consumo, em especial dos alimentos, é um grupo que não visa o lucro, preza pela transparência e autonomia dos agricultores, soberania alimentar e também funciona de forma autogestionada. Portanto, ele se insere como um circuito de proximidade (participação de até 1 intermediário entre produtor e consumidor) e envolve dez municípios da região nordeste paraense. Destaca-se também as atividades do grupo: 1- Vivências agroecológicas nos locais de produção parceiros, 2- Auxílio na autogestão (qualquer membro pode participar da gestão, tanto produtores quanto consumidores), 3- Entregas dos Paneiros GRUCA + Iacitatá, que consiste em fornecer Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST) através de uma plataforma virtual, e a maioria de seus consumidores estão localizados no município Belém.

Como objetivos específicos deste documento, busca-se, primeiramente, o conhecimento de tais formas mercadológicas pautadas nas relações sociais e afetivas por parte do Poder Público Municipal, estimulando a tomada de decisão da prefeitura para inseri-los em suas políticas. Potencializar a inserção da população mais carente nos circuitos de proximidade desta rede agroecológica, tendo em vista que esta parcela social

atualmente não alcança uma alimentação saudável e não tem acesso a informações acerca dos benefícios do consumo sem o uso de agrotóxicos e desconhece práticas sustentáveis de produção e acesso aos alimentos. E também auxiliar na tomada de decisões da prefeitura, contribuindo para o equilíbrio social do mercado agroecológico na RMB. Com isso, entrando em conformidade com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, principalmente ao que tange o ODS nº2 (Fome Zero e Agricultura Sustentável), como está previsto na Resolução Nº 01 de 24 de janeiro de 2019 do PPGEDAM.

6. ANÁLISE E AVALIAÇÃO DOS DADOS

Conforme a Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar - PENSSAN (2022), a região norte apresenta valores de extremo alerta, quase 70 % da população em níveis de insegurança alimentar (IA leve, IA moderada e IA grave). Estes dados evidenciam as desigualdades geográficas, regionais e de localização dos domicílios em áreas rurais ou urbanas.

Para o Cenário da RMB, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020), através dos Dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) dos anos de 2017 e 2018, aproximadamente 55% da população encontra-se em níveis de insegurança alimentar. O que se mostra um panorama extremamente preocupante, corrobora a importância de fomentar políticas que contribuam com o abastecimento alimentar saudável e também fortaleçam conexões locais que tenham como base uma produção mais sustentável.

Em concordância com a FAO - Food and Agriculture Organization of the United Nations (2020), em virtude a pandemia do Covid-19, ocorreram diversas restrições e atrasos na distribuição de alimentos devido ao isolamento geográfico, podemos citar problemas referentes ao transporte de mercadorias, bloqueios de estradas, fechamento de mercados e feiras, entre outros entraves, que afetaram, especialmente, os agricultores familiares. Portanto, há uma necessidade do escoamento da produção da agricultura familiar e de novas possibilidades que promovam o mantimento dessa logística alimentícia.

O GRUCA foi resiliente nesse período de pandemia, aplicando o uso da tecnologia para minimizar a distância entre produtores e consumidores. A utilização da plataforma de pedidos online possibilitou uma estabilidade nos pedidos feitos pelos consumidores do

grupo e com isso também auxiliou o escoamento dos alimentos oriundos dos produtores pertencentes a rede.

Desse modo, os circuitos curtos de comercialização, entre eles o mercado de cestas, são alternativas importantes e possuem uma lógica diferenciada ao que se vê nos mercados convencionais e integrados ao sistema agroalimentar corporativo. Nesse sentido, os mercados alternativos sustentáveis se apresentam quanto à proximidade, não só no sentido geográfico, mas por estarem coerentes com a agroecologia e dialogarem com seus princípios, isto é, com os princípios da autonomia, da solidariedade, da segurança e soberania alimentar, da justiça social, dos saberes populares e principalmente a aproximação entre quem produz em quem consome alimentos.

Com base no que foi exposto, buscou-se conhecer mais a fundo a construção social do GRUCA, utilizando a seguinte metodologia para obtenção dos dados: a pesquisa consistiu em um estudo de caso, com o objetivo exploratório e abordagem qualitativa. A área de estudo ocorreu na região dos municípios de atuação da rede de produtores parceiros do GRUCA, são eles: (Belém, Marituba, Benevides, Santa Bárbara do Pará, Santa Isabel do Pará, Santo Antônio do Tauá, São Francisco do Pará, São João de Pirabas, Acará e Soure).

Foram utilizados dados primários da pesquisa de campo (visitas aos agricultores parceiros), e dados organizados conforme a obtenção a partir dos relatórios da plataforma virtual do GRUCA + Iacitá (Categorias de Produtos; Pedidos, Produtos e Receita), dados fornecidos pela gestão financeira do próprio GRUCA e informações obtidas a partir dos formulários de pesquisa com os entrevistados (produtores e consumidores).

6.1 PERFIL DOS AGRICULTORES DO GRUPO PARA CONSUMO AGROECOLÓGICO

Foi constatado que o GRUCA é composto por quatro grupos de parceiros que produzem e fornecem produtos para compor a cestas de bens e serviços territoriais (CBST), conhecido no grupo como “paneiros”. Esses grupos consistem em: Territórios de Reforma Agrária (TRA), Pequenos Produtores Agroecológicos (PPA), Produtores que fazem parte da Feira Orgânica da Praça Brasil em Belém (FO) e Rede Iacitá (RI).

Em pesquisa feita com oito agricultores, buscou-se conhecer mais a fundo alguns dos principais parceiros da rede, foram entrevistados três agricultores dos territórios de reforma agrária (TRA), dois dos pequenos agricultores agroecológicos (PPA) e três dos agricultores da Feira Orgânica da Praça Brasil em Belém (FO).

Pôde-se concluir que três deles apresentam a sua produção sendo totalmente agroecológica, dois agricultores produzindo apenas de forma orgânica e um deles considera-se em transição. Dois produtores intercalam um sistema agroflorestal em sua propriedade. Todos os produtores utilizam compostagem feita na propriedade e afirmaram também que a família se envolve na produção. Mas por exemplo, o solo é algo muito pontual a ser discutido, pois foi interrogado aos agricultores se eles já fizeram alguma análise de solo e a resposta foi unanimidade de forma negativa, onde este, é um dos principais pontos ao se falar em cultivo eficiente. Todos os produtores relataram a falta de assistência técnica.

Estes fatos sobre a carência de assistência técnica são muito pertinentes e mesmo que pareçam clichês entre trabalhos acadêmicos, é necessário sempre corroborar a importância do poder público, tanto no âmbito municipal, estadual e federal, e o seu impacto na vida e na produtividade desses agricultores familiares. Eles precisam primeiramente serem visualizados pelo poder público e necessitam de políticas públicas efetivas e mais específicas, por exemplo, políticas voltadas aos agricultores familiares que trabalham as bases agroecológicas e orgânicas à nível local.

Outra informação importante é em relação ao gênero e quem assume o papel de gerenciar as atividades de campo e gere todo o processo produtivo, onde metade são agricultoras. Isso corrobora que o trabalho na roça está mais inclusivo quanto a participação das mulheres e que elas estão mais ativas no meio rural, que historicamente era visto como uma função exercida majoritariamente por homens.

6.2 PERFIL DOS CONSUMIDORES DO GRUPO PARA CONSUMO AGROECOLÓGICO

Até junho de 2022, haviam 109 consumidores cadastrados na plataforma virtual do grupo, destes, apenas 79 foram considerados consumidores ativos (fizeram pedidos nos últimos 6 meses), participaram da pesquisa 20 consumidores desse total de ativos, o que corresponde a 25,32% do total de consumidores considerados ativos, a partir das análises, nota-se que os entrevistados foram dispersos por 14 bairros na RMB, são eles: Em Belém – Coqueiro, Jurunas, Marco, Marambaia, Umarizal, Pedreira, Guamá, Cremação, Mangueirão, Castanheira, Nazaré e Curió-Utinga; Em Ananindeua – Maguari; Em Marituba – Decouville.

Chegou-se à conclusão que em relação ao perfil dos consumidores do GRUCA, este é composto principalmente por uma classe social com um poder aquisitivo alto (40%

deles encontram-se com uma renda familiar mensal entre 3 e 5 salários mínimos e 40% de 6 salários ou mais), com ampla variação de idades, estando a maioria entre 32 e 60 anos e possuindo um alto nível de escolaridade (90% dos entrevistados possuem nível superior), evidenciando a seletividade e a distinção que o mercado agroecológico ainda apresenta entre as classes sociais, por parte dos consumidores.

A educação é fundamental na formação de atores sociais críticos, com a capacidade de alterar e criar novos modos de desenvolvimento, principalmente aos olhares da sustentabilidade. Desse modo, acredita-se que o acesso à informação acerca dos produtos agroecológicos deva começar a partir da educação básica nas escolas.

7. A PARTIR DO CASO DO GRUCA, PROPÕE-SE AO PODER EXECUTIVO MUNICIPAL:

- Promover o acompanhamento aos produtores agroecológicos dos Grupos de Consumo Responsáveis (GCR's), tendo em vista que é uma das maiores necessidades e dificuldades que eles encontram para o mantimento de sua estrutura e fornecimento de alimentos. Realizar um planejamento com profissionais capacitados nas ciências agrárias que possam acompanhar os mercados alternativos de base agroecológica, e fornecer assistência técnica, cursos profissionalizantes, oficinas, dentre outras formas de aprendizagem. E com isso, contribuir para que os agricultores tenham a possibilidade de trabalhar dentro das suas vertentes, origens, culturas e saberes, fazendo uso e aproveitamento dos recursos naturais de forma eficiente, mas também aplicando conhecimentos técnicos e científicos.
- O reconhecimento, incentivo e subsídios aos mercados alternativos, principalmente os que se encaixam como circuitos curtos e de proximidade e de base agroecológica e orgânica. Definindo-os conforme suas características, sugere-se que podem ser adotadas como parâmetros para este reconhecimento: formas de gestão, se possuem locais físicos de atuação, atividades que desenvolvem, logística de fornecimento de produtos, relação entre produtores e consumidores, sistemas de produção predominante, produtos e distância geográfica entre seus pontos de produção e os consumidores.
- Trabalhar a inclusão social no âmbito da segurança alimentar e nutricional, buscando mitigar a insegurança alimentar presente na RMB, podendo utilizar espaços das escolas municipais de ensino, inserindo os GCR's e os parceiros dos grupos, tendo em

vista a relevância que a rede do tem na RMB e a sua necessidade em alcançar populações mais carentes. E partindo do pressuposto de que o contato com a agroecologia deva ser iniciado pela educação básica, a interação com o grupo pode ser uma forma concreta de estimular nos educandos práticas de produção e consumo responsáveis, bem como obter conhecimentos acerca dos produtos agroecológicos e orgânicos.

- Aproveitar os dados fornecidos pelo Instituto Escolhas (que já é um parceiro da Prefeitura de Belém), que por intermédio do estudo “Os desafios e o potencial da agricultura urbana e periurbana em Belém”, verificou que existem áreas, cuja soma equivale a 1.170 hectares, em potencial para serem utilizadas como agricultura urbana em Belém (áreas não edificadas e terrenos não utilizados ou subutilizados, sem cobertura florestal), verificar quais destas áreas são públicas e de domínio da Prefeitura de Belém, enquadrando-as nos Modelo A (Lote Agrícola) ou Modelo B (Lote pluriativo), ambos propostos pelo Instituto citado. E dessa forma, permitir que grupos organizados, caracterizados como mercados alternativos sustentáveis, possam fazer o uso e aplicar práticas sustentáveis nesses espaços, que também poderá ser um espaço de inclusão social e educação ambiental.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE (2020) - Dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2017-18.

INSTITUTO ESCOLHAS. Os desafios e o potencial da agricultura urbana e periurbana em Belém. São Paulo: 2022. Disponível em: <<https://www.escolhas.org/>>.

REDE PENSSAN – REDE BRASILEIRA DE PESQUISA EM SOBERANIA E SEGURANÇA ALIMENTAR. II Vigisan – Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil [livro eletrônico]. Relatório de pesquisa. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert: Rede Penssan, 2022. Disponível em:<<https://olheparaafome.com.br/wp-content/uploads/2022/06/Relatorio-IIVIGISAN-2022.pdf>>.

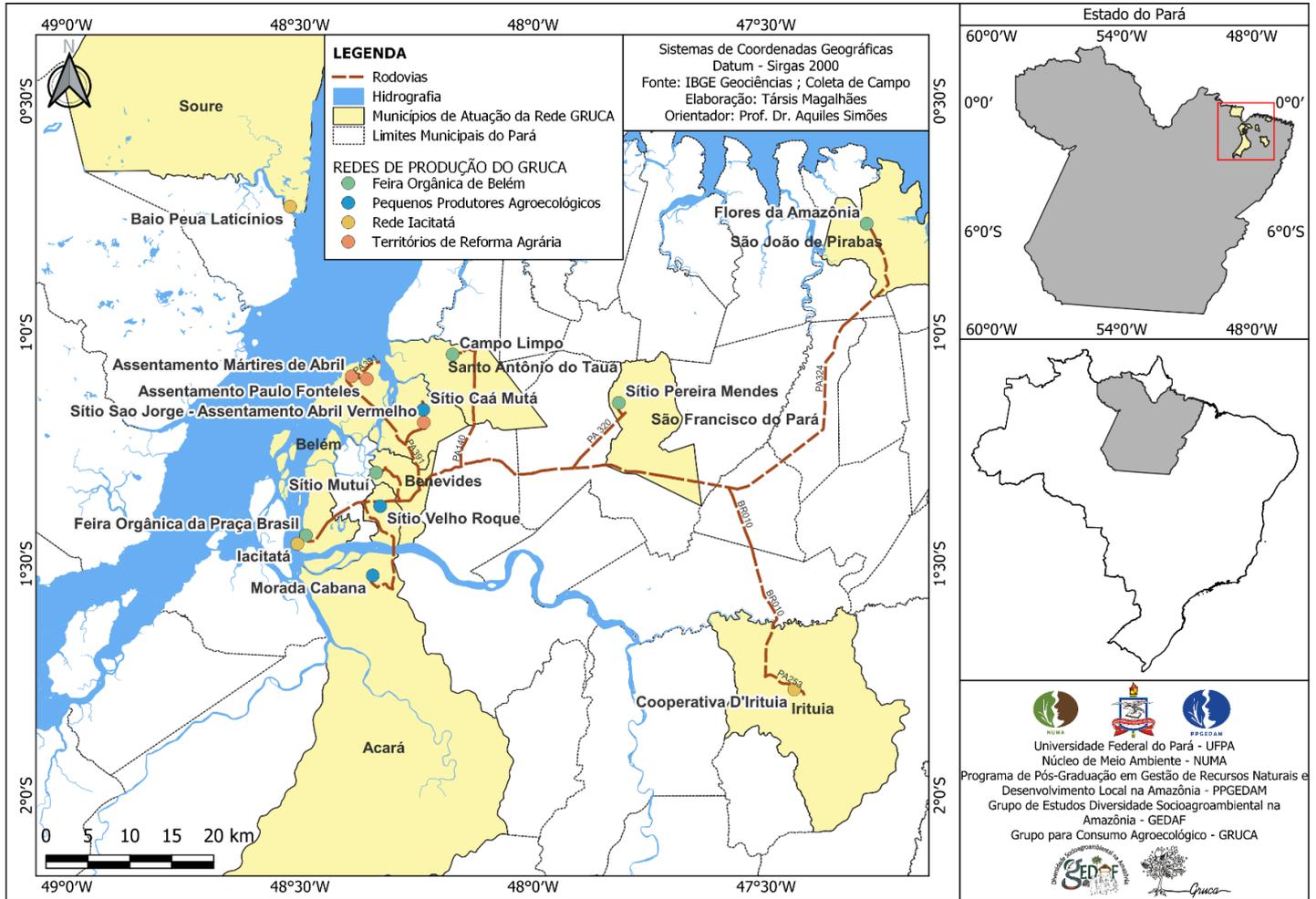
9. ANEXOS CARTOGRÁFICOS

Anexo 1- Mapa de Localização dos Sistemas de Produção Parceiros da Rede Gruca + Iacitatá.

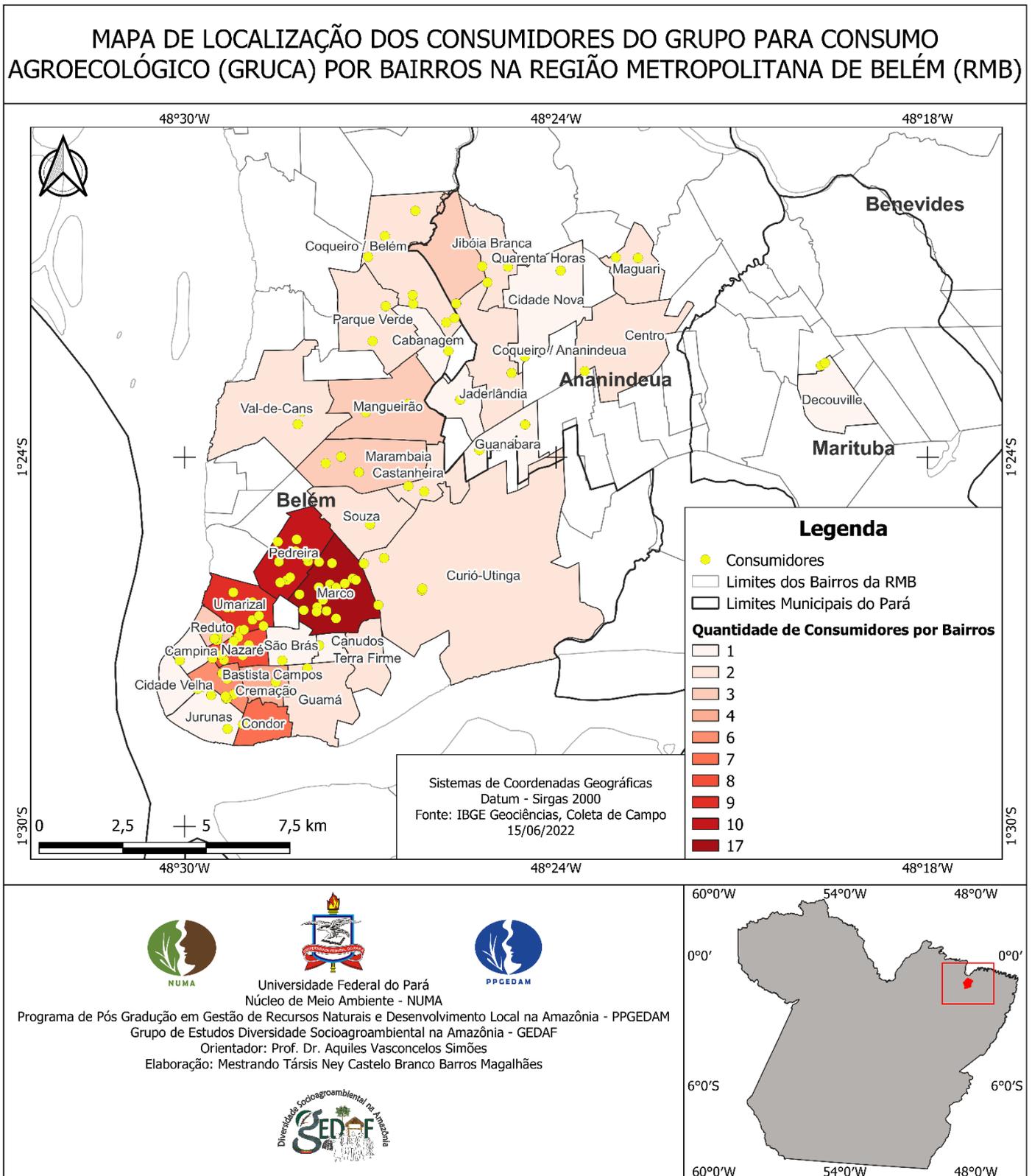
Anexo 2 - Mapa de Localização dos Consumidores do GRUCA por bairros na RMB.

Anexo 3 - Cartografia Socioprodutiva do GRUCA.

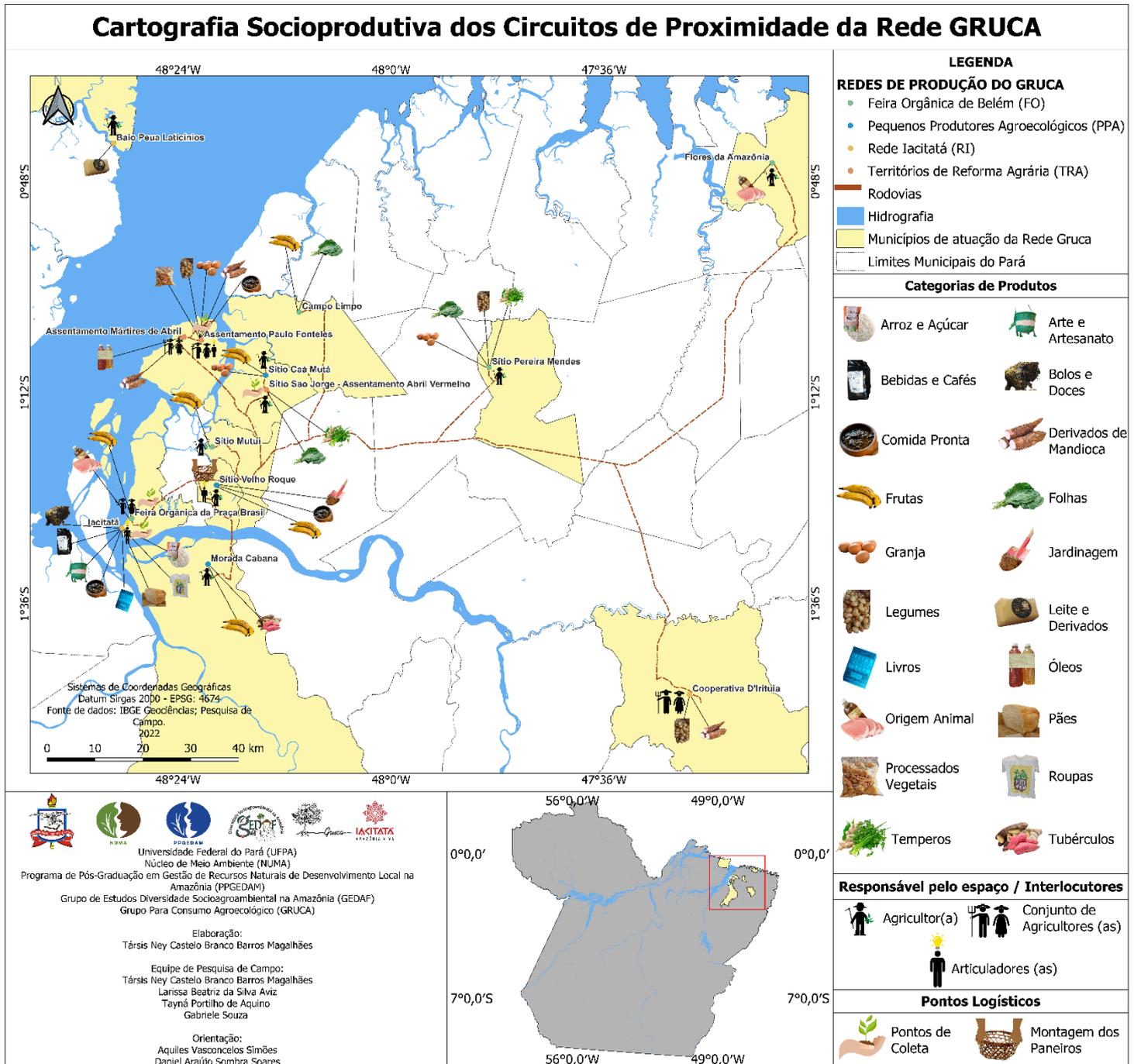
Anexo 1 - Mapa de Localização dos Sistemas de Produção Parceiros da Rede Gruca + Iacitá.



Anexo 2 - Mapa de Localização dos Consumidores do GRUCA por bairros na RMB.



Anexo 3- Cartografia Socioprodutiva do GRUCA.



APÊNDICE D – Produto 4: Resumo Executivo direcionado à Câmara Municipal de Belém

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ - UFPA
 NÚCLEO DE MEIO AMBIENTE - NUMA
 PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE RECURSOS NATURAIS E
 DESENVOLVIMENTO LOCAL NA AMAZÔNIA - PPGEDAM



RESUMO EXECUTIVO

1. DESTINATÁRIO

- Câmara Municipal de Belém

2. ELABORAÇÃO

- Mestrando Tárzis Ney Castelo Branco Barros Magalhães (PPGEDAM/UFPA)

3. ORIENTAÇÃO

- Prof. Dr. Aquiles Vasconcelos Simões (orientador/PPGEDAM/UFPA)
- Prof. Dr. Mário Vasconcelos Sobrinho (coorientador/PPGEDAM/UFPA)

•

De acordo da Banca de Defesa:

- Prof. Dr. Daniel Araújo Sombra Soares (PPGEDAM/UFPA)
- Prof. Dr. Fernando Michelotti (PPGPAM/UNIFESSPA)

4. FUNDAMENTAÇÕES

-Resolução nº 3.870, de 01 de julho de 2009, do Conselho Superior de Ensino, Pesquisa e Extensão (CONSEPE) da Universidade Federal Do Pará (UFPA), institui o Regimento Geral dos Cursos de Pós-Graduação Stricto Sensu oferecidos pela Universidade Federal do Pará.

-Resolução nº 4.511, de 20 de maio de 2014, do Conselho Superior de Ensino, Pesquisa e Extensão (CONSEPE) da Universidade Federal Do Pará (UFPA), que aprova o regimento do Programa de Pós-Graduação em Gestão dos Recursos Naturais e Desenvolvimento Local na Amazônia (PPGEDAM), em nível de mestrado profissional.

-Resolução do PPGEDAM Nº 01, de 24 de janeiro de 2019, que institui a política de boas práticas de implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no âmbito das teses, dissertações e demais produções técnicas, científicas, tecnológicas e de inovação do Programa de Pós-Graduação em Gestão de Recursos Naturais e Desenvolvimento

Local na Amazônia (PPGEDAM) do Núcleo de Meio Ambiente (NUMA) da Universidade Federal do Pará (UFPA)

5. INTRODUÇÃO

O presente documento é originado da pesquisa realizada durante o mestrado profissional em Gestão de Recursos Naturais e Desenvolvimento Local na Amazônia (PPGEDAM) da Universidade Federal do Pará (UFPA), vinculado ao Núcleo de Meio Ambiente (NUMA). Faz parte de um dos produtos da dissertação intitulada “CONSTRUÇÃO SOCIAL DO MERCADO AGROECOLÓGICO COM BASE EM CIRCUITOS DE PROXIMIDADE: EXPERIÊNCIA DO GRUPO PARA CONSUMO AGROECOLÓGICO (GRUCA)”. O propósito deste documento é dar um aporte técnico-científico para colocar em prática o conhecimento construído durante o trabalho.

O objetivo geral é fornecer informações necessárias à Prefeitura Municipal de Belém referente aos mercados agroecológicos alternativos presentes na Região Metropolitana de Belém (RMB), mais especificamente mostrar a experiência do grupo para consumo agroecológico (GRUCA), que é um grupo de consumo responsável idealizado em 2014, fruto de um trabalho acadêmico do Instituto Amazônico de Agriculturas Familiares (INEAF) da Universidade Federal do Pará (UFPA). O grupo tem como objetivo a aproximação entre consumidores e produtores, proporcionando reflexões e atuando criativamente sobre a relação produção-consumo, em especial dos alimentos, é um grupo que não visa o lucro, preza pela transparência e autonomia dos agricultores, soberania alimentar e também funciona de forma autogestionada. Portanto, ele se insere como um circuito de proximidade (participação de até 1 intermediário entre produtor e consumidor) e envolve dez municípios da região nordeste paraense. Destaca-se também as atividades do grupo: 1- Vivências agroecológicas nos locais de produção parceiros, 2- Auxílio na autogestão (qualquer membro pode participar da gestão, tanto produtores quanto consumidores), 3- Entregas dos Paneiros GRUCA + Iacitatá, que consiste em fornecer Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST) através de uma plataforma virtual, e a maioria de seus consumidores estão localizados no município Belém.

Como objetivos específicos deste documento, busca-se, primeiramente, o conhecimento de tais formas mercadológicas pautadas nas relações sociais e afetivas por parte do Poder Público Municipal, estimulando a tomada de decisão da prefeitura para inseri-los em suas políticas. Potencializar a inserção da população mais carente nos circuitos de proximidade desta rede agroecológica, tendo em vista que esta parcela social atualmente não alcança uma alimentação saudável e não tem acesso a informações acerca

dos benefícios do consumo sem o uso de agrotóxicos e desconhece práticas sustentáveis de produção e acesso aos alimentos. E também auxiliar na tomada de decisões da prefeitura, contribuindo para o equilíbrio social do mercado agroecológico na RMB. Com isso, entrando em conformidade com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, principalmente ao que tange o ODS nº2 (Fome Zero e Agricultura Sustentável), como está previsto na Resolução Nº 01 de 24 de janeiro de 2019 do PPGEDAM.

6. ANÁLISE E AVALIAÇÃO DOS DADOS

Conforme a Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar - PENSSAN (2022), a região norte apresenta valores de extremo alerta, quase 70 % da população em níveis de insegurança alimentar (IA leve, IA moderada e IA grave). Estes dados evidenciam as desigualdades geográficas, regionais e de localização dos domicílios em áreas rurais ou urbanas.

Para o Cenário da RMB, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020), através dos Dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) dos anos de 2017 e 2018, aproximadamente 55% da população encontra-se em níveis de insegurança alimentar. O que se mostra um panorama extremamente preocupante, corrobora a importância de fomentar políticas que contribuam com o abastecimento alimentar saudável e também fortaleçam conexões locais que tenham como base uma produção mais sustentável.

Em concordância com a FAO - Food and Agriculture Organization of the United Nations (2020), em virtude a pandemia do Covid-19, ocorreram diversas restrições e atrasos na distribuição de alimentos devido ao isolamento geográfico, podemos citar problemas referentes ao transporte de mercadorias, bloqueios de estradas, fechamento de mercados e feiras, entre outros entraves, que afetaram, especialmente, os agricultores familiares. Portanto, há uma necessidade do escoamento da produção da agricultura familiar e de novas possibilidades que promovam o mantimento dessa logística alimentícia.

O GRUCA foi resiliente nesse período de pandemia, aplicando o uso da tecnologia para minimizar a distância entre produtores e consumidores. A utilização da plataforma de pedidos online possibilitou uma estabilidade nos pedidos feitos pelos consumidores do grupo e com isso também auxiliou o escoamento dos alimentos oriundos dos produtores pertencentes a rede.

Desse modo, os circuitos curtos de comercialização, entre eles o mercado de cestas, são alternativas importantes e possuem uma lógica diferenciada ao que se vê nos mercados convencionais e integrados ao sistema agroalimentar corporativo. Nesse sentido, os mercados alternativos sustentáveis se apresentam quanto à proximidade, não só no sentido geográfico, mas por estarem coerentes com a agroecologia e dialogarem com seus princípios, isto é, com os princípios da autonomia, da solidariedade, da segurança e soberania alimentar, da justiça social, dos saberes populares e principalmente a aproximação entre quem produz em quem consome alimentos.

Com base no que foi exposto, buscou-se conhecer mais afundo a construção social do GRUCA, utilizando a seguinte metodologia para obtenção dos dados: a pesquisa consistiu em um estudo de caso, com o objetivo exploratório e abordagem qualitativa. A área de estudo ocorreu na região dos municípios de atuação da rede de produtores parceiros do GRUCA, são eles: (Belém, Marituba, Benevides, Santa Bárbara do Pará, Santa Isabel do Pará, Santo Antônio do Tauá, São Francisco do Pará, São João de Pirabas, Acará e Soure).

Foram utilizados dados primários da pesquisa de campo (visitas aos agricultores parceiros), e dados organizados conforme a obtenção a partir dos relatórios da plataforma virtual do GRUCA + Iacitá (Categorias de Produtos; Pedidos, Produtos e Receita), dados fornecidos pela gestão financeira do próprio GRUCA e informações obtida partir dos formulários de pesquisa com os entrevistados (produtores e consumidores).

6.1 PERFIL DOS AGRICULTORES DO GRUPO PARA CONSUMO AGROECOLÓGICO

Foi constatado que o GRUCA é composto por quatro grupos de parceiros que produzem e fornecem produtos para compor a cestas de bens e serviços territoriais (CBST), conhecido no grupo como “paneiros”. Esses grupos consistem em: Territórios de Reforma Agrária (TRA), Pequenos Produtores Agroecológicos (PPA), Produtores que fazem parte da Feira Orgânica da Praça Brasil em Belém (FO) e Rede Iacitá (RI).

Em pesquisa feita com oito agricultores, buscou-se conhecer mais afundo alguns dos principais parceiros da rede, foram entrevistados três agricultores dos territórios de reforma agrária (TRA), dois dos pequenos agricultores agroecológicos (PPA) e três dos agricultores da Feira Orgânica da Praça Brasil em Belém (FO).

Pôde-se concluir que três deles apresentam a sua produção sendo totalmente agroecológica, dois agricultores produzindo apenas de forma orgânica e um deles

considera-se em transição. Dois produtores intercalam um sistema agroflorestal em sua propriedade. Todos os produtores utilizam compostagem feita na propriedade e afirmaram também que a família se envolve na produção. Mas por exemplo, o solo é algo muito pontual a ser discutido, pois foi interrogado aos agricultores se eles já fizeram alguma análise de solo e a resposta foi unanimidade de forma negativa, onde este, é um dos principais pontos ao se falar em cultivo eficiente. Todos os produtores relataram a falta de assistência técnica.

Estes fatos sobre a carência de assistência técnica são muito pertinentes e mesmo que pareçam clichês entre trabalhos acadêmicos, é necessário sempre corroborar a importância do poder público, tanto no âmbito municipal, estadual e federal, e o seu impacto na vida e na produtividade desses agricultores familiares. Eles precisam primeiramente serem visualizados pelo poder público e necessitam de políticas públicas efetivas e mais específicas, por exemplo, políticas voltadas aos agricultores familiares que trabalham as bases agroecológicas e orgânicas à nível local.

Outra informação importante é em relação ao gênero e quem assume o papel de gerenciar as atividades de campo e gere todo o processo produtivo, onde metade são agricultoras. Isso corrobora que o trabalho na roça está mais inclusivo quanto a participação das mulheres e que elas estão mais ativas no meio rural, que historicamente era visto como uma função exercida majoritariamente por homens.

6.2 PERFIL DOS CONSUMIDORES DO GRUPO PARA CONSUMO AGROECOLÓGICO

Até junho de 2022, haviam 109 consumidores cadastrados na plataforma virtual do grupo, destes, apenas 79 foram considerados consumidores ativos (fizeram pedidos nos últimos 6 meses), participaram da pesquisa 20 consumidores desse total de ativos, o que corresponde a 25,32% do total de consumidores considerados ativos, a partir das análises, nota-se que os entrevistados foram dispersos por 14 bairros na RMB, são eles: Em Belém – Coqueiro, Jurunas, Marco, Marambaia, Umarizal, Pedreira, Guamá, Cremação, Mangueirão, Castanheira, Nazaré e Curió-Utinga; Em Ananindeua – Maguari; Em Marituba – Decouville.

Chegou-se à conclusão que em relação ao perfil dos consumidores do GRUCA, este é composto principalmente por uma classe social com um poder aquisitivo alto (40% deles encontram-se com uma renda familiar mensal entre 3 e 5 salários mínimos e 40% de 6 salários ou mais), com ampla variação de idades, estando a maioria entre 32 e 60

anos e possuindo um alto nível de escolaridade (90% dos entrevistados possuem nível superior), evidenciando a seletividade e a distinção que o mercado agroecológico ainda apresenta entre as classes sociais, por parte dos consumidores.

A educação é fundamental na formação de atores sociais críticos, com a capacidade de alterar e criar novos modos de desenvolvimento, principalmente aos olhares da sustentabilidade. Desse modo, acredita-se que o acesso à informação acerca dos produtos agroecológicos deva começar a partir da educação básica nas escolas.

7. A PARTIR DO CASO DO GRUCA, PROPÕE-SE AO PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL:

- A revisão da lei nº 8.655, de 30 de julho de 2008, que dispõe sobre o Plano Diretor do Município de Belém, e dá outras providências. Conforme o objetivo do Art. 12, em seu inciso I “estimular a educação como direito inalienável de todos, por meio da formação dos profissionais envolvidos e dos alunos na perspectiva do desenvolvimento humano sustentável”. Com base no instrumento legal citado, propõe-se a criação de uma instrução normativa para a caracterização de um Grupo de Consumo Responsável - GCR e suas adequações quanto ao comércio justo e solidário, inserindo-os na Educação Alimentar e Nutricional da Resolução Nº 06, de 08 de maio de 2020 do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação - FNDE, na Educação Básica no Município de Belém, estado do Pará. Tendo em vista a necessidade de abranger esferas sociais mais carentes e atenuar a carência de acesso à informação acerca dos produtos agroecológicos à essas populações, pois o mercado agroecológico na RMB ainda se encontra limitado a esferas sociais com poder aquisitivo alto.
- Regulamentar as iniciativas/mercados sustentáveis que envolvam a produção e o consumo de alimentos, definindo-os conforme as suas características, como por exemplo, os grupos de consumo responsáveis (GRC's), os pontos de cultura alimentar, as feiras orgânicas, possíveis locais onde a agricultura e/ou agroecologia urbana e periurbana se apresenta na RMB. Podendo fazer uma integração dessas informações com os dados do Mapa Cultural da SECULT (Secretaria de Cultura do Estado do Pará), disponível no endereço (<https://mapacultural.pa.gov.br/>).

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE (2020) - Dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2017-18.

INSTITUTO ESCOLHAS. Os desafios e o potencial da agricultura urbana e periurbana em Belém. São Paulo: 2022. Disponível em: <<https://www.escolhas.org/>>.

REDE PENSSAN – REDE BRASILEIRA DE PESQUISA EM SOBERANIA E SEGURANÇA ALIMENTAR. II Vigisan – Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil [livro eletrônico]. Relatório de pesquisa. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert: Rede Penssan, 2022. Disponível em:<<https://olheparaafome.com.br/wp-content/uploads/2022/06/Relatorio-IIVIGISAN-2022.pdf>>.

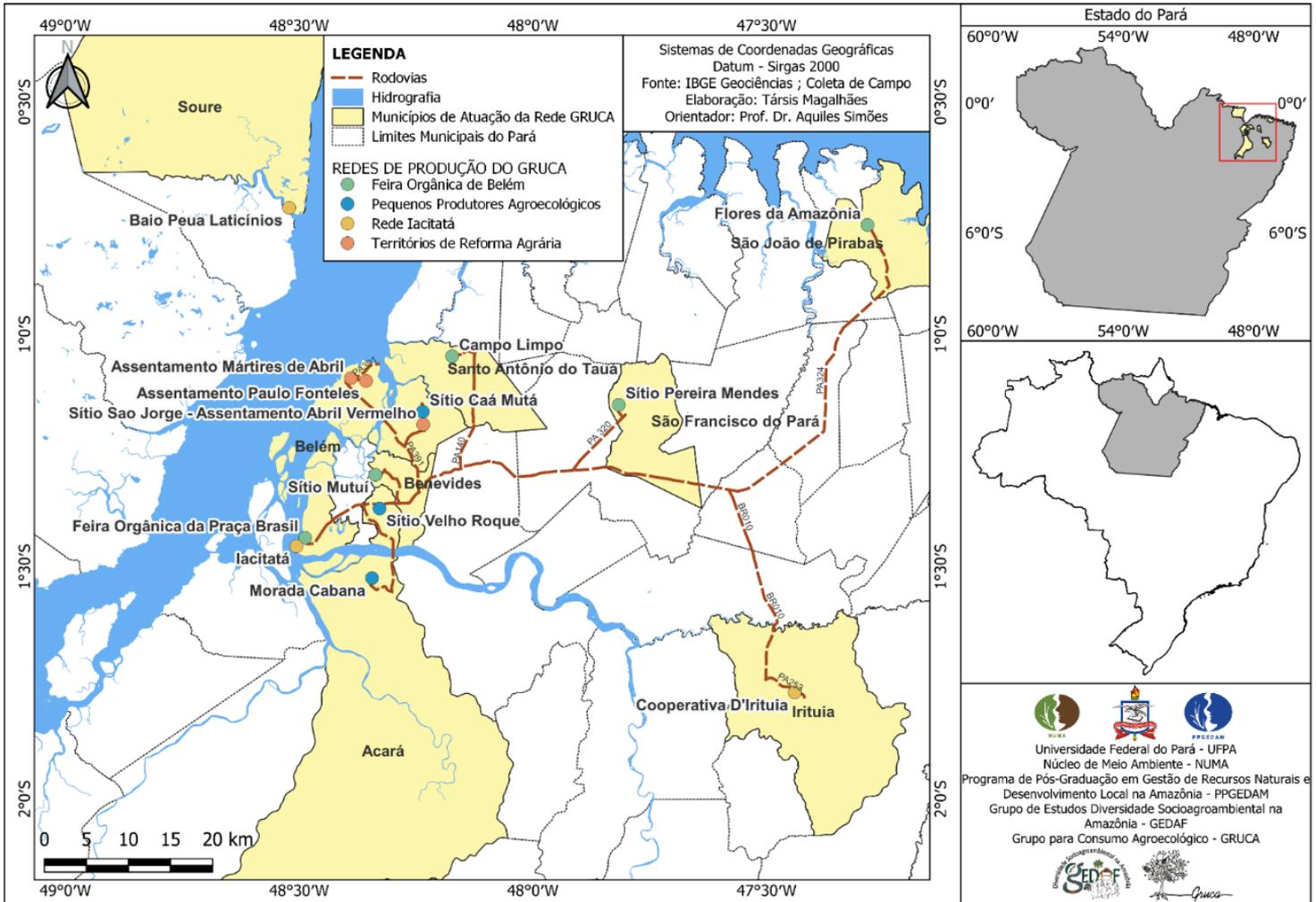
9. ANEXOS CARTOGRÁFICOS

Anexo 1- Mapa de Localização dos Sistemas de Produção Parceiros da Rede Gruca + Iacitatá.

Anexo 2 - Mapa de Localização dos Consumidores do GRUCA por bairros na RMB.

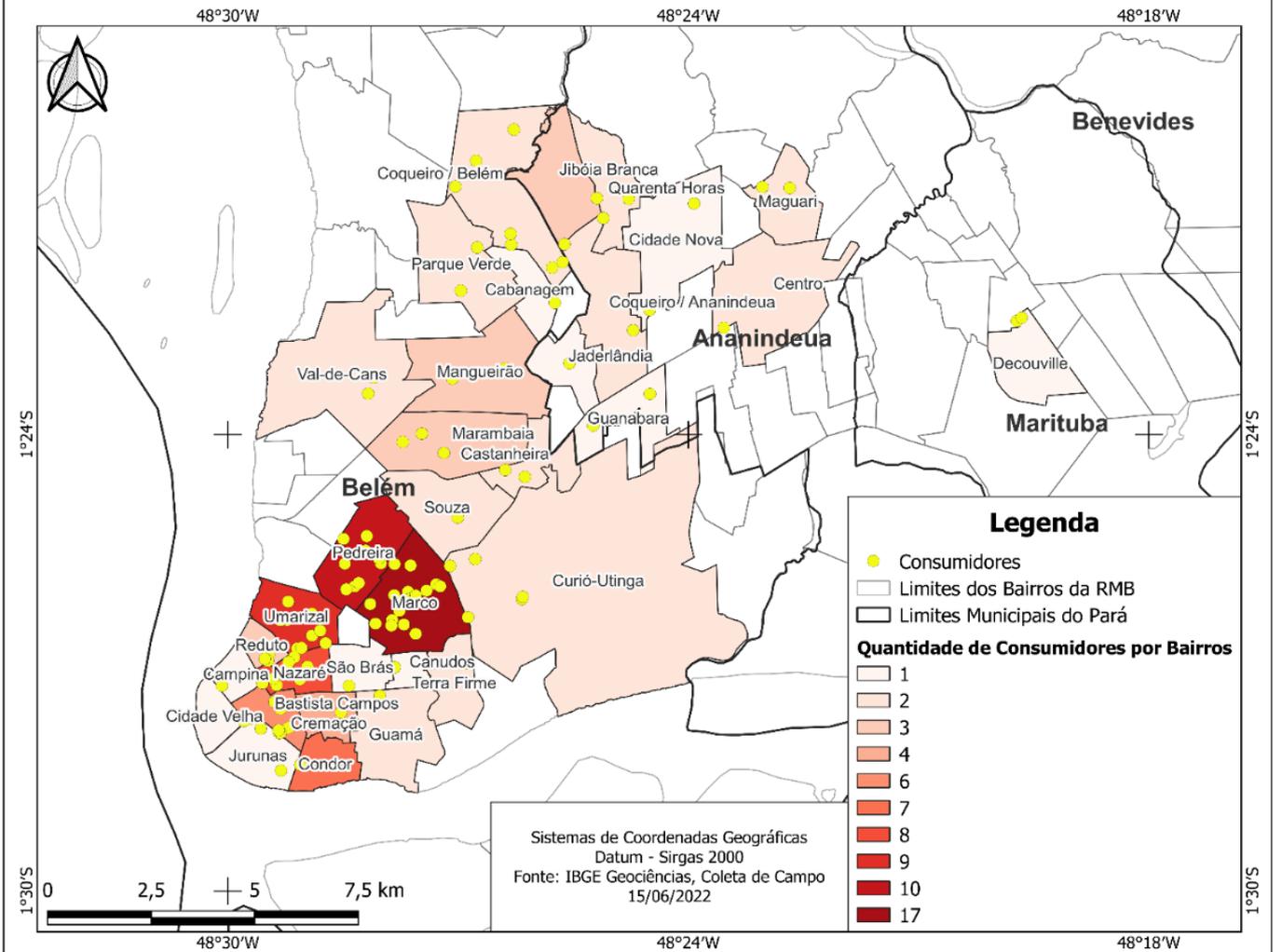
Anexo 3 - Cartografia Socioprodutiva do GRUCA.

Anexo 1 - Mapa de Localização dos Sistemas de Produção Parceiros da Rede Gruca + Iacitá.



Anexo 2 - Mapa de Localização dos Consumidores do GRUCA por bairros na RMB.

MAPA DE LOCALIZAÇÃO DOS CONSUMIDORES DO GRUPO PARA CONSUMO AGROECOLÓGICO (GRUCA) POR BAIRROS NA REGIÃO METROPOLITANA DE BELÉM (RMB)



NUMA

Universidade Federal do Pará
Núcleo de Meio Ambiente - NUMA

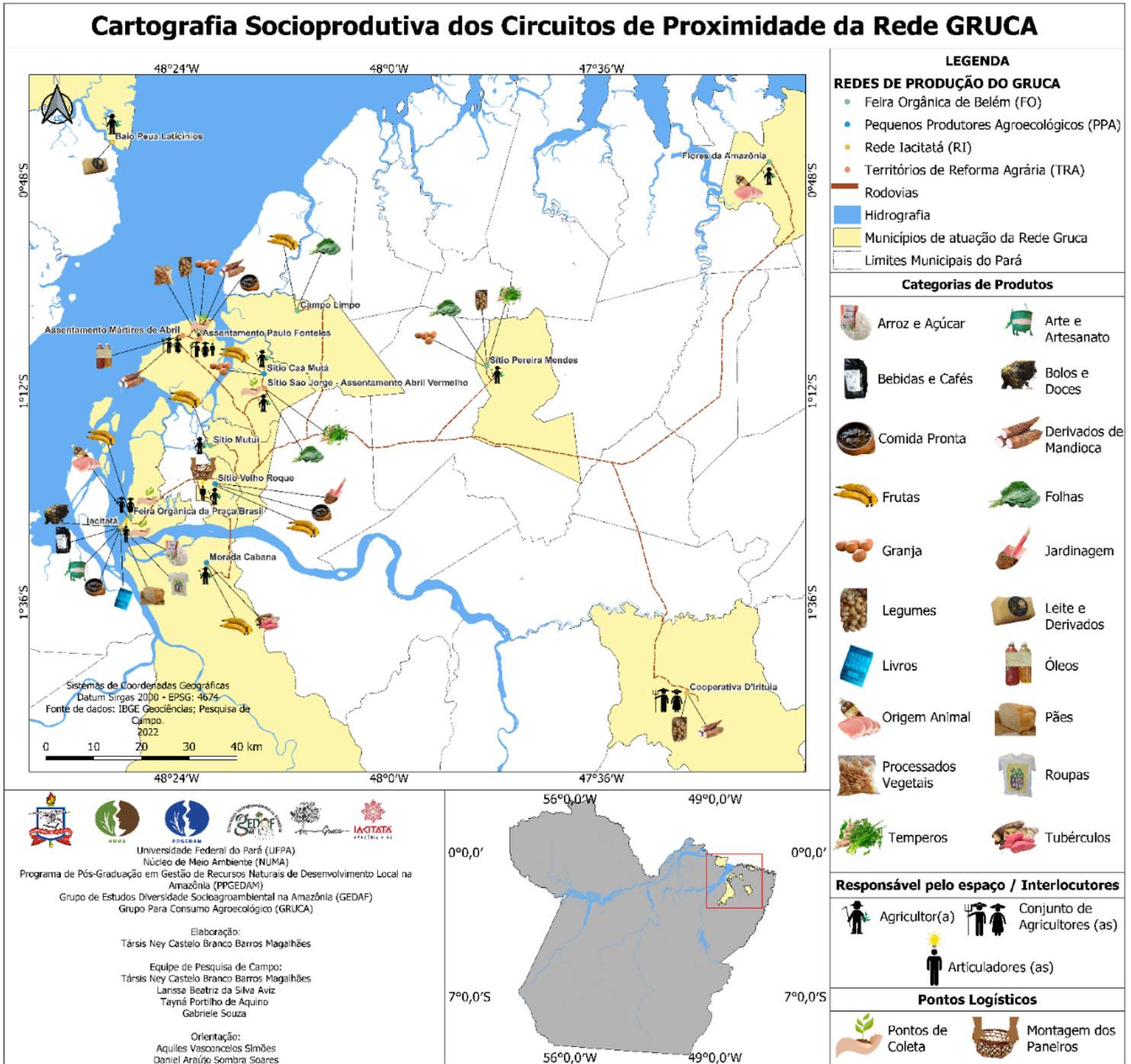
PPGEDAM

Programa de Pós Graduação em Gestão de Recursos Naturais e Desenvolvimento Local na Amazônia - PPGEDAM
Grupo de Estudos Diversidade Socioagroambiental na Amazônia - GEDAF
Orientador: Prof. Dr. Aquiles Vasconcelos Simões
Elaboração: Mestrando Társis Ney Castelo Branco Barros Magalhães

Diversidade Socioagroambiental na Amazônia

Anexo 3- Cartografia Socioprodutiva do GRUCA.

Cartografia Socioprodutiva dos Circuitos de Proximidade da Rede GRUCA



APÊNDICE E – Produto 5: Instrução Normativa



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
NÚCLEO DE MEIO AMBIENTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE RECURSOS NATURAIS E
DESENVOLVIMENTO LOCAL NA AMAZÔNIA

Elaboração: Mestrando Társis Ney Castelo Branco Barros Magalhães

Orientação: Prof. Dr. Aquiles Vasconcelos Simões

Coorientação: Prof. Dr. Mário Vasconcellos Sobrinho

Conforme o cenário exposto no Resumo Executivo dirigido à Câmara Municipal de Belém, sugerimos a seguinte Instrução Normativa:

INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 001 de 25 de janeiro de 2023.

“Dispõe sobre normas para a caracterização de um Grupo de Consumo Responsável - GCR e suas adequações quanto ao comércio justo e solidário, inserindo-os na Educação Alimentar e Nutricional da Resolução Nº 06, de 08 de maio de 2020 do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação - FNDE, na Educação básica no Município de Belém, estado do Pará.”

CONSIDERANDO o que dispõe a Resolução Nº 06, de 08 de 2020 do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação - FNDE, que dá competência à Prefeitura Municipal, no âmbito de sua respectiva jurisdição administrativa, conforme o Capítulo III, em seu Art. 14, a inclusão da Educação Alimentar e Nutricional – EAN no processo de ensino e aprendizagem, abordando o tema alimentação e nutrição e o desenvolvimento de práticas e habilidades que promovam modos de vida saudáveis, na perspectiva da segurança alimentar e nutricional.

CONSIDERANDO o que dispõe o Decreto Nº 7358, de 17 de novembro de 2010, que institui o Sistema Nacional do Comércio Justo e Solidário.

CONSIDERANDO as necessidades de constante aperfeiçoamento das ações de gestão do Programa PNAE e de consolidação de normativos dispersos em diferentes atos oficiais, com vistas a atender ao disposto na Constituição Federal nos artigos 205, 208 no inciso VII e artigo 211.

CONSIDERANDO a Lei Orgânica do Município de Belém.

CONSIDERANDO a Lei Nº 8.655, de 30 de julho de 2008. Dispõe sobre o Plano Diretor do Município de Belém, e dá outras providências.

RESOLVE

Art. 1º - Entende-se por:

I - Grupo de Consumo Responsável - GCR: organizações de caráter social que realizam atividades econômicas e sustentáveis, cujos participantes sejam trabalhadores e consumidores do meio urbano ou rural, exerçam democraticamente a gestão das atividades e a alocação dos seus resultados e objetivos;

II - Comércio justo e solidário: prática comercial diferenciada pautada nos valores de justiça social e solidariedade realizada pelos empreendimentos econômicos solidários e/ou grupo de consumo responsáveis;

III – Circuitos de Proximidade: modo de comercialização que se efetua ou por venda direta do produtor para o consumidor ou por venda indireta, com a condição de não haver mais de um intermediário. O circuito também pode ser chamado de teia, e se caracteriza pela proximidade geográfica (municípios próximos) e pelos vínculos de confiança, objetivo e causa comum entre produtores e consumidores.

IV – Educação Alimentar e Nutricional – EAN: o conjunto de ações formativas, de prática contínua e permanente, transdisciplinar, intersetorial e multiprofissional, que objetiva estimular a adoção voluntária de práticas e escolhas alimentares saudáveis que colaborem para a aprendizagem, o estado de saúde do escolar e a qualidade de vida do indivíduo.

V – Jornadas Pedagógicas: Interação entre os Grupos de Consumo Responsáveis (Agricultores e Consumidores) e as escolas da rede municipal de ensino, executando práticas agroecológicas no sentido de sensibilizar para o consumo saudável e sustentável.

VI – Paneiros Agroecológicos: Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST) fornecidos pelos grupos de consumo responsáveis aos consumidores.

CAPÍTULO I

DOS OBJETIVOS DA EDUCAÇÃO ALIMENTAR E NUTRICIONAL

Art. 2º São considerados objetivos da Educação Alimentar e Nutricional em parceria com os grupos de consumo responsáveis:

I – Garantir o acesso a informações acerca de produtos alimentícios saudáveis pela população mais carente, através das redes municipais de ensino.

II - Buscar a inclusão social, diminuindo as distâncias encontradas no mercado agroecológico quanto às classes sociais.

III- Aumentar o interesse e o entendimento dos jovens para mercados mais sustentáveis, em especial, os grupos de consumo responsáveis.

III – Incentivar e aprimorar iniciativas sustentáveis alternativas de base agroecológica, para que elas possam de fato serem efetivas.

IV – Alcançar a coerência com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU), principalmente os Objetivos nº 2 (Fome Zero e Agricultura Sustentável) e objetivo Nº 12 (Consumo e Produção Responsáveis), estes que possuem associação integral com a Resolução Nº 06, de 08 de maio de 2020 do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação – FNDE e com os grupos de consumo responsáveis.

CAPÍTULO II DAS ATIVIDADES

Art. 3º - São consideradas atividades integradoras entre os grupos de consumo responsáveis e as escolas municipais de ensino:

I - Vivências Agroecológicas: atividade de caráter prático e didático, visa estimular e fornecer conhecimentos sobre a produção e o consumo de base agroecológica e orgânica; podendo ser incluídas as seguintes atividades secundárias:

a) trabalhos agroecológicos: possibilidade de interação com a prática de produção de mudas, plantio e tratamentos culturais.

b) rodas de conversas;

c) trilhas e caminhadas em áreas produtivas;

d) almoços e lanches, utilizando alimentos agroecológicos;

e) agroturismo.

II - Jornadas Pedagógicas: consiste em promover a aprendizagem sociotécnica com base na inovação agroecológica, oportunizando o diálogo de saberes e intercâmbio entre os estudantes da rede pública de ensino, agricultores e membros de grupos de consumo responsáveis no

âmbito social, econômico e ambiental, esta ação de aprendizagem poderá ser prática e teórica; Planos pedagógicos que podem ser inseridos nas jornadas:

- a) produção de cartografia participativa;
- b) produção e manutenção de hortas escolares;
- c) produção e manutenção de composteira e adubos orgânicos;
- d) criação de espaços interdisciplinares, estimuladores de diálogos entre campo e cidade, contendo os produtos de todas as jornadas pedagógicas.

III - Oficinas: Exposições orais, audiovisuais e escritas nos quais se pretende refletir e superar a distância que existe entre a teoria e a prática. Objetivam a formação coletiva e divulgação de saberes em temáticas específicas.

Parágrafo único. Poderão participar das atividades I, II e III do Art. 3º:

- a) Agricultores(as);
- b) Consumidores(as) dos Grupos de Consumo Responsáveis;
- c) Estudantes das escolas municipais de ensino.

IV - Aquisição de Paneiros Agroecológicos: esta atividade tem caráter econômico, onde poderá acontecer em acordo entre os grupos de consumo responsáveis e as direções escolares. Consiste na aquisição de alimentos oriundos dos produtores parceiros de grupos de consumo responsáveis, conforme a demanda da escola e a disponibilidade e oferta de produtos pelos agricultores. É possível também fazer um levantamento da estrutura familiar dos educandos, visando fornecer a eles produtos agroecológicos baseados nos circuitos de proximidade, evitando assim o aumento no custo até essas famílias e valorizar a soberania alimentar e autonomia dos agricultores de base agroecológica.

CAPÍTULO III DOS PRINCÍPIOS

Art. 4º - Deve-se observar os seguintes princípios no processo de ensino, aprendizagem e práticas da Educação Alimentar e Nutricional dentro das escolas municipais e nos grupos de consumo responsáveis:

- I – Sustentabilidade social, ambiental e econômica;

II – Inclusão social, objetivando a inclusão das populações mais carentes nos circuitos de proximidade dos grupos de consumo responsáveis;

III– Abordagem do sistema alimentar saudável, na sua integralidade;

IV – Valorização da cultura alimentar local e respeito à diversidade de opiniões e perspectivas, considerando a legitimidade dos saberes de diferentes naturezas;

V – A educação enquanto processo permanente, gerador de autonomia, participação social ativa e sociedade mais justa e responsável;

VI – A diversidade nos cenários de prática;

Parágrafo único. As ações de educação alimentar e nutricional devem ser planejadas, executadas e documentadas. Objetivando serem fornecidas aos grupos de consumo responsáveis, às escolas, à sociedade e ao poder público.

CAPÍTULO IV DOS LOCAIS DE INTERAÇÕES

Art. 5º - Dispões dos locais onde as atividades podem ser realizadas:

I- As vivências agroecológicas e as jornadas pedagógicas poderão acontecer em locais de produção parceiros dos grupos de consumo responsáveis ou nos espaços das escolas, desde que possuam capacidade e característica para comportar a prática em questão. O local obrigatoriamente deverá ser acordado entre ambas as partes e estar de acordo quanto ao seu planejamento e execução.

II – As oficinas podem acontecer em locais públicos, escolas, centro comunitários, dentre outras instituições que comportem a atividade. Respeitando as disponibilidades das escolas e dos grupos de consumo responsáveis.

CAPÍTULO V DAS RESPONSABILIDADES

Art. 6º - É de responsabilidade da Prefeitura Municipal, no âmbito de sua respectiva jurisdição administrativa, definir as escolas que poderão integrar-se ao plano de Educação Alimentar e Nutricional consolidando a parceria com os grupos de consumo responsáveis.

Art. 7º - É de responsabilidade da gestão dos grupos de consumo responsáveis a comunicação com os produtores parceiros acerca das possíveis atividades I, II, III e IV, do Art. 3º.

APÊNDICE F – Formulário de Pesquisa – Consumidores



Universidade Federal do Pará
Núcleo de Meio Ambiente
Programa de Pós-Graduação em Gestão dos Recursos Naturais e
Desenvolvimento Local na Amazônia
Grupo de Estudos Diversidade Socioagroambiental na Amazônia - GEDAF



Formulário de Pesquisa - Consumidores

Objetivo Geral: Descrever a experiência do Grupo para Consumo Agroecológico (GRUCA), demonstrando como vem ocorrendo essa construção do mercado agroecológico.

Objetivos Específicos:

Conhecer o histórico do GRUCA e a sua etnografia; realizar o mapeamento dos produtores, consumidores e a diversidade produtiva; observar características analíticas de produção como: dificuldades, o que é promissor, contribuições com os objetivos do desenvolvimento sustentável;

| |
|--|
| 1. Nome: |
| 2. Idade: |
| 3. Gênero: () Masculino () Feminino () Outro : _____ |
| 4. Qual a sua profissão? _____ |
| 5. Qual seu local de nascimento? |
| 5. A quanto tempo você faz parte do Grupo para Consumo Agroecológico - Gruca? <input type="checkbox"/> Até 6 meses <input type="checkbox"/> 1 ano <input type="checkbox"/> 2 anos <input type="checkbox"/> Mais de dois anos. |
| 6. Quais os principais produtos que você costuma adquirir/consumir do Gruca? <input type="checkbox"/> Arroz e Açúcar <input type="checkbox"/> Arte e Artesanato <input type="checkbox"/> Bebidas e Cafés <input type="checkbox"/> Bolos e Doces <input type="checkbox"/> Comida Pronta <input type="checkbox"/> Derivados da Mandioca <input type="checkbox"/> Folhas <input type="checkbox"/> Frutas <input type="checkbox"/> Granja <input type="checkbox"/> Jardinagem <input type="checkbox"/> Legumes <input type="checkbox"/> Leite, Queijos e outros Derivados <input type="checkbox"/> Livros <input type="checkbox"/> Óleos <input type="checkbox"/> Origem Animal <input type="checkbox"/> Pães <input type="checkbox"/> Processados Vegetais <input type="checkbox"/> Roupas <input type="checkbox"/> Temperos <input type="checkbox"/> Tubérculos |
| 7. Em poucas palavras, o que você entende por Grupo de Consumo Responsável? |
| 8. Como você conheceu o Gruca? <input type="checkbox"/> Mídias Sociais (Instagram, Facebook...) |

| |
|---|
| <p><input type="checkbox"/> Indicações de amigos</p> <p><input type="checkbox"/> Através do meio acadêmico</p> <p><input type="checkbox"/> Outros. Quais? _____</p> |
| <p>9. O que lhe motiva a consumir produtos agroecológicos?</p> <p><input type="checkbox"/> Importância com a segurança alimentar;</p> <p><input type="checkbox"/> Consumir produtos livres de agrotóxicos;</p> <p><input type="checkbox"/> São mais saborosos;</p> <p><input type="checkbox"/> São mais nutritivos;</p> <p><input type="checkbox"/> Ajuda a agricultura familiar.</p> |
| <p>10. Com que frequência você faz pedidos no Gruca?</p> <p><input type="checkbox"/> Toda semana</p> <p><input type="checkbox"/> A cada duas semanas</p> <p><input type="checkbox"/> Uma vez no mês</p> <p><input type="checkbox"/> Raramente. Qual seria o motivo? _____</p> |
| <p>11. Como é a sua alimentação?</p> <p><input type="checkbox"/> Consome apenas produtos vegetais;</p> <p><input type="checkbox"/> Consome produtos de origem animal e vegetal;</p> <p><input type="checkbox"/> Tem preferência por produtos naturais;</p> <p><input type="checkbox"/> Consome produtos naturais e também produtos industrializados.</p> |
| <p>12. Além do Gruca, há outros locais onde você adquire seus produtos Agroecológicos? Quais?</p> <p><input type="checkbox"/> Feiras de produtos orgânicos;</p> <p><input type="checkbox"/> Feiras e eventos Agropecuários;</p> <p><input type="checkbox"/> Na beira de estrada;</p> <p><input type="checkbox"/> Compra direta na propriedade com o produtor;</p> <p><input type="checkbox"/> Lojas de associação de produtores.</p> <p><input type="checkbox"/> Outros: _____</p> |
| <p>13. O que você considera dificultoso para o mercado agroecológico local?</p> <p><input type="checkbox"/> A distância geográfica entre produtor e consumidor;</p> <p><input type="checkbox"/> Ausência de interesse da sociedade para o consumo de produtos agroecológicos;</p> <p><input type="checkbox"/> A baixa inserção dos jovens na agricultura;</p> <p><input type="checkbox"/> Alcançar o consumo a todas as esferas sociais;</p> <p><input type="checkbox"/> Lidar com o coletivo;</p> <p><input type="checkbox"/> Obstáculo financeiro (mentalidade da sociedade de que os produtos agroecológicos tem um custo mais alto);</p> <p><input type="checkbox"/> Escoamento da produção;</p> <p><input type="checkbox"/> Falta de apoio governamental;</p> <p><input type="checkbox"/> Outros. Se possível citar qual _____</p> |
| <p>14. Você teria sugestões de melhorias para o Gruca?</p> |
| <p>15. A plataforma virtual está sendo de fácil utilização? Se não, quais dificuldades você encontra?</p> |

APÊNDICE G - Termo de consentimento livre e esclarecido utilizado no formulário aos consumidores no google forms

Título do projeto de pesquisa: “CONSTRUÇÃO SOCIAL DO MERCADO AGROECOLÓGICO COM BASE EM CIRCUITOS DE PROXIMIDADE: Experiência do grupo para consumo agroecológico (GRUCA)”

Mestrando: Társis Ney Castelo Branco Barros Magalhães

Orientador: Prof. Dr. Aquiles Vasconcelos Simões

Você está sendo convidado (a) para ser participante do projeto de pesquisa intitulado: “CONSTRUÇÃO SOCIAL DO MERCADO AGROECOLÓGICO COM BASE EM CIRCUITOS DE PROXIMIDADE: Experiência do Grupo para Consumo Agroecológico (GRUCA), de responsabilidade do pesquisador TÁRSIS NEY CASTELO BRANCO BARROS MAGALHÃES.

Leia cuidadosamente o que se segue e pergunte sobre qualquer dúvida que você tiver. Caso se sinta esclarecido (a) sobre as informações que estão neste Termo e aceite fazer parte do estudo, peço que assinale ao final deste texto concordando. Saiba que você tem total direito de não querer participar, mas será de grande valia para nós a sua participação.

1. A participação nesta pesquisa consistirá em conceder informações pessoais básicas, perfil de consumo no grupo e questões socioambientais.
2. Os participantes não terão nenhuma despesa ao participar da pesquisa e poderão retirar sua concordância na continuidade da pesquisa a qualquer momento.
3. O nome dos participantes não será exibido e/ou publicado e se desejarem terão livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo e suas consequências, enfim, tudo o que queiram saber antes, durante e depois da sua participação.
4. Os dados coletados serão utilizados única e exclusivamente, para fins desta pesquisa, e os resultados poderão ser publicados.

Eu declaro ter sido informado e concordo em ser participante do Projeto de pesquisa acima descrito.

- Concordo
- Discordo

APÊNDICE H - Termo de consentimento livre e esclarecido utilizado na pesquisa aos produtores

Título do projeto de pesquisa:

“CONSTRUÇÃO SOCIAL DO MERCADO AGROECOLÓGICO COM BASE EM CIRCUITOS DE PROXIMIDADE: Experiência do grupo para consumo agroecológico (Gruca)”

Pesquisadores Responsáveis: Prof. Dr. Aquiles Vasconcelos Simões

Mestrando Társis Ney Castelo Branco Barros Magalhães

Nome do participante:

Data de nascimento:

Você está sendo convidado (a) para ser participante do projeto de pesquisa intitulados “CONSTRUÇÃO SOCIAL DO MERCADO AGROECOLÓGICO COM BASE EM CIRCUITOS DE PROXIMIDADE: EXPERIÊNCIA DO GRUPO PARA CONSUMO AGROECOLÓGICO (GRUCA), de responsabilidade do pesquisador TÁRSIS NEY CASTELO BRANCO BARROS MAGALHÃES.

Leia cuidadosamente o que se segue e pergunte sobre qualquer dúvida que você tiver. Caso se sinta esclarecido (a) sobre as informações que estão neste Termo e aceite fazer parte do estudo, peço que assine ao final deste documento, em duas vias, sendo uma via sua e a outra do pesquisador responsável pela pesquisa. Saiba que você tem total direito de não querer participar.

1. O trabalho tem por objetivo descrever a experiência do Grupo para Consumo Agroecológico (GRUCA), demonstrando como vem ocorrendo a construção social do mercado agroecológico.
2. A participação nesta pesquisa consistirá em conceder entrevistas sobre a sua vida, história e trabalho.
3. Os participantes não terão nenhuma despesa ao participar da pesquisa e poderão retirar sua concordância na continuidade da pesquisa a qualquer momento.
4. Não há nenhum valor econômico a receber ou a pagar aos voluntários pela participação, no entanto, caso haja qualquer despesa decorrente desta participação haverá o seu ressarcimento pelos pesquisadores.
5. Caso ocorra algum dano comprovadamente decorrente da participação no estudo, os voluntários poderão pleitear indenização, segundo as determinações do Código Civil (Lei nº 10.406 de 2002) e das Resoluções 466/12 e 510/16 do Conselho Nacional de Saúde.
6. Os participantes não terão seus nomes divulgados e se desejarem terão livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo e suas consequências, enfim, tudo o que queiram saber antes, durante e depois da sua participação.
7. Os dados coletados serão utilizados única e exclusivamente, para fins desta pesquisa, e os resultados poderão ser publicados.

Eu, _____, RG nº _____
 declaro ter sido informado e concordo em ser participante do projeto de pesquisa acima descrito.

Cidade _____, _____ de _____ de 20____.

 Assinatura do participante

 Nome e assinatura do responsável
 por obter o consentimento