



NOVOS CAMINHOS PARA O CONSUMO: AGRICULTURA FAMILIAR E ECONOMIA SOLIDÁRIA

K. R. Silva¹, V. S. P. Ney¹

¹ Universidade Federal Fluminense

RESUMO

A economia solidária é profundamente marcada pela sua capacidade adaptativa e sua preocupação com o bem-estar de seus participantes. Na sociedade contemporânea, o consumo é um dos catalisadores mais dinâmicos de mudança social e integração econômica, sendo assim uma ferramenta fundamental de interação entre economia convencional e prática solidária. Partindo desta ideia, o trabalho objetiva compreender o relacionamento entre a economia solidária e o sistema capitalista, tendo o consumo como principal catalizador desta relação. Isto posto, a metodologia escolhida foi realizar um debate teórico sobre consumo e economia solidária, montar um panorama de economia solidária no Brasil e observar grupos de consumo responsável, buscando a interação entre as economias. Dessa forma, realizou-se um estudo de caso, com dados coletados em um projeto de consumo alternativo, o que contribui para a análise.

Palavras chave: Economia Solidária, Consumo Consciente e Responsável, Grupos de Consumo

ABSTRACT

The solidarity economy is deeply marked by its adaptive capacity and its concern for the well-being of its participants. In contemporary society, consumption is one of the most dynamic catalysts of social change and economic integration, being thus a fundamental tool of interaction between conventional economics and solidary practice. Starting from this idea, the work aims to understand the relationship between the solidarity economy and the capitalist system, with consumption as the main catalyst of this relationship. Therefore, the chosen methodology was to hold a theoretical debate on consumption and solidarity economy, set up a scenario of solidarity economy in Brazil and observe groups of responsible consumption, seeking the interaction between economies. Thus, a case study was carried out, with data collected in an alternative consumption project, which contributes to the analysis.

Keywords: *Solidarity Economy, Conscious and Responsible Consumption, Consumer Groups.*

1 - INTRODUÇÃO

A economia solidária se insere aparentemente de forma harmônica no sistema capitalista, entretanto traz singularidades aparentemente adormecidas na atual sociedade, levando assim a uma confusão genuína no intuito de compreendê-la, principalmente em relação a sua abordagem e prática. Diferentemente das outras economias alternativas, a prática solidária não se limita a dialogar com a cúpula do Estado ou do Mercado, indo além, ao criar o seu próprio espaço de interação social. Ela busca continuamente o equilíbrio entre as noções de humanidade como igualdade, cooperação social e solidariedade, alinhando-as com a essência do Mercado, a ação

econômica, sem desconsiderar o seu caráter independente de autogestão que atrai a simpatia do Estado como um exemplo funcional de eficiente deste modelo administrativo (FRANÇA FILHO, 2002).

A importância e a presença da economia solidária na sociedade contemporânea brasileira não pode ser suprimida, ela está em todas as etapas do desenvolvimento econômico, tendo seus principais empreendimentos na produção, comercialização e consumo¹. O Brasil tem mostrado avanços significativos na economia solidária, com incentivo e coordenação governamental, em que se estimulam o desenvolvimento das comunidades baseado em um modelo local de produção de riquezas. Isso vem garantindo a permanência dos indivíduos na localidade, tendo visto a viabilidade econômica gerada agora localmente permitindo a reprodução social da comunidade (SINGER, 2014).

Objetivando quebrar com o ciclo de reprodução capitalista surgiram alguns movimentos socioeconômicos que buscam desenvolver atos anticíclicos ao capital, ou seja, a partir de micro ações cotidianas almeja-se mudar de pouco em pouco o mundo. Estes projetos vêm ganhando adeptos e espaço social, trabalhado com eixos como o consumo. O consumo pode parecer apenas mais um mecanismo de manutenção e organização do capitalismo, uma forma de estimular a produção e a demanda, mantendo os indivíduos alinhados, participantes e contentes na economia. Entretanto sua capacidade peculiar de expressar padrões éticos e políticos de uma sociedade, o mostra como o catalizador ideal para a aproximação entre diferentes modelos econômicos. Seguindo este raciocínio percebe-se que os movimentos de consumo consciente e responsável possuem as características certas para aproximar as práticas de economia solidária da economia convencional, criando uma ponte entre as duas economias e mostrando uma nova forma de se expressar socialmente aos indivíduos.

2- OBJETIVOS

O objetivo central desta pesquisa é compreender, a relação entre economia solidária e capitalismo, a partir da ótica do consumo. Tendo isso posto, utilizou-se o caso específico os consumidores do projeto Cesta Sabores da Terra, que se inserem numa lógica de consumo responsável e consciente. Os objetivos específicos traçados para realizar este estudo foram, inicialmente, realizar uma reflexão da capacidade de

¹ Segundo os dados disponíveis no Sistema de Informações de Economia Solidária (SIES).

complementaridade da economia solidária e os movimentos de consumo responsável e consciente. Seguido por uma apresentação do panorama brasileiro de alocação de práticas solidária e seu impacto na economia convencional. Posteriormente uma análise da relação socioeconômica dos consumidores da Cesta Sabores da Terra com a economia solidária e os movimentos de consumo consciente e responsável.

3- METODOLOGIA

Tencionando cumprir os objetivos traçados, a pesquisa foi dividida em dois momentos de abordagem e interação. Uma revisão bibliográfica inicial, da economia solidária e movimentos de consumo responsável e consciente; sendo seguida por uma análise dos dados coletados com os consumidores da Cesta Sabores da Terra, o perfil dos participantes e sua relação com os consumo responsável e consciente.

No primeiro momento destinado a revisão bibliográfica dos temas, apresentou-se a visão de autores brasileiros que tratam da economia solidária: Paul Singer, Euclides Mance e Luiz Gaiger. Já para no campo do consumo explorou-se autores fora do campo da economia, buscando contribuições da psicologia com Lilia Kanan e antropologia com Luciane Santos objetivando trazer uma visão de instrumento social para o consumo e a importância dos movimentos de consumo consciente e responsável.

Já no momento posterior que trata do estudo da Cesta Sabores da Terra, usou-se de relatórios fornecidos pelo projeto para a esquematização da estrutura organizacional e foram usados dados coletados por meio de um questionado elaborado especificamente para a pesquisa. Os 46 consumidores cadastrados no projeto foram convidados a responder um questionário acerca dos seus hábitos de consumo, situação socioeconômica, formação acadêmica e impressões sobre os produtos da cesta. Estes formulários foram aplicados nos consumidores em duas circunstâncias distintas, no momento de retirada da cesta por parte dos participantes e por meio do e-mail cadastrado na ficha dos integrantes do projeto. Tomou-se o devido cuidado para que estes dados não fossem duplicados, ou seja, todos os consumidores que responderam presencialmente não receberam o e-mail com o formulário e aqueles que receberam o e-mail, não foram questionados presencialmente. O levantamento foi realizado durante o segundo semestre de 2016 (outubro a dezembro), contando com a participação de 16 consumidores que responderam os questionários.

4- RESULTADOS

Ao observar a economia solidária com a ajuda dos autores supracitados, percebeu-se uma discordância quanto a sua interação dentro do capitalismo. Enquanto que Singer (s.d) e Mance (2002, 2005) estruturam a economia solidária como um modo de produção distinto do capitalismo, de tão forma que para Mance (2002, 2005) ela irá transcender o capitalismo, e Singer (s.d) acredita que seu principal objetivo é ser uma alternativa dentro da economia convencional. Gaiger (2003) não enxerga na economia solidária as características necessárias para gerar mudanças significativas no capitalismo, sendo, portanto, para ele, uma tentativa de melhoria do sistema capitalista sem nenhum impacto transacional.

Tendo isso posto ao se lançar a discurso sobre consumo vale ressaltar que na sociedade moderna, o ato de consumir ultrapassa a condição de troca de mercadorias e sua relação de complementaridade com a produção. Seu papel social tem ganhado destaque na manutenção do modelo econômico vigente, ele molda os indivíduos em seus gostos, quereres e desejos, sendo, portanto, capaz de montar a sociedade conforme melhor disponha para a continua ascensão do capitalismo (SANTOS, 2015).

Todavia toda esta interação disforme entre indivíduos e mercadorias, elaboram uma “era do consumo” que vem se tornando cada vez mais insustentável. Seja economicamente, a partir de uma necessidade cada vez maior de maximizar lucros a qualquer custo, no qual os grandes administradores esquecem de sua humanidade fechando os olhos para as mazelas que suas ações geram. Seja ambientalmente, em um modelo que não se mostra capaz de viver em harmonia com a natureza, estimulado por uma busca incansável por mais matéria prima, sem se importar muitas vezes, com as consequências quer para os seres humanos ou o meio ambiente. Todas estas repercussões são mantidas por indivíduos que são impulsionados e moldados por suas influências sociais a consumir de determinada forma, priorizando produtos e valores em detrimento de outros (KANAN, 2011).

Já o consumo alternativo se propõe a aproximar os indivíduos de outros saberes, nem sempre novos, mas que busquem conecta-los com valores que verdadeiramente os representam, desta forma estimulando toda uma visão diferenciada de como se estruturar uma sociedade. Os movimentos de consumo consciente e responsável vem auxiliando este processo, é a partir deles que muitos indivíduos são capazes de observar o mundo por outros olhos, e então se aproximarem de práticas como a economia

solidária. (SANTOS, 2015)

Tendo isso claro, A Cesta Sabores da Terra é estruturalmente uma das ramificações do Projeto Sabores da Terra realizado pelo Núcleo de Estudo Rurais e Urbanos (NERU) no Instituto de Ciências da Sociedade e Desenvolvimento Regional (ERS), pertencente a Universidade Federal Fluminense (UFF). A cesta se tornou um dos intuitos do projeto como alternativa de escoamento da produção destes pequenos produtores de forma justa, realçando e valorizando suas características produtivas, assim como estimulando os produtores a reproduzirem suas tradições e valores sociais. Ela se baseia no movimento de consumo responsável e o *Slow Food*², no qual o primeiro prega por um consumo eficiente de bens, enquanto o segundo preza pelo consumo de alimentos locais e regionais produzidos de forma harmônica com o meio ambiente e os indivíduos. Sendo assim, a Cesta, além de ser um circuito curto de comercialização para os agricultores³, estimula uma produção com redução de químicos e local de alimentos, resgata os saberes locais, incentiva a implementação de processos de cultivos mais saudáveis para os produtores e consumidores. O projeto iniciou em outubro de 2014, com o apoio de um grupo de consumidores formados por professores e técnicos da UFF. Atualmente o pedido é feito via e-mail, a partir de uma lista de produtos disponíveis semanalmente, que é disponibilizada para os associados via e-mail e na página do projeto na rede social Facebook.

Dentre os participantes da pesquisa perceber-se a existência de perfis socioeconômicos distintos entre os consumidores da cesta, existe participantes: com doutorado, renda alta e faixa etária de 29 a 39 anos e 40 a 52 anos; estudantes universitários com renda média e baixa, pertencentes a faixa etária de 20 a 28 anos e os graduados com renda média e baixa concentrados na faixa etária de 29 a 39 anos. Estes perfis facilitam a compreender os consumidores, pois ao agrupar os dados baseado nestas condições, percebe-se padrões similares de comportamento.

Ao observar os dados de preferência do consumidor, pela perspectiva dos perfis consumo, encontra-se resultados bastante divergentes entre as escolhas dos

² É uma associação internacional sem fins lucrativos, que prega pelo direito a uma alimentação saborosa, utilizando produtos de qualidade e feitos artesanalmente e que respeitem o meio ambiente e as relações pessoais. Um dos seus parceiros mundiais é a FAO (Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação).

³ Agricultores familiares proeminentes de assentamentos e acampamentos do programa Nacional de Reforma Agrária no município de Campos dos Goytacazes. No momento da pesquisa realizada (outubro a dezembro de 2016), contava-se com produtos do assentamento Antônio de Farias, Ilha Grande e Che Guevara, assim como do acampamento Luiz do Maranhão.

participantes. Enquanto os doutores priorizam produtos locais e produzidos de forma justa e sustentável, os estudantes tendem a ser impulsionados pelo preço e pela localidade. Portanto torna-se claro que o grupo dos doutores são os quais possuem hábitos de consumo consciente, pois mostram preocupação com fatores sociais e ecológicos durante os suas compras, estando dispostos a desconsiderar o preço como fator decisivo na obtenção do produto. Pode-se perceber também, que o consumo consciente vem se caracterizando como um “luxo” em que a maior parcela da população, não tem acesso.

Observando o fator preço mais atentamente, percebe-se que inicialmente a relação entre preço e produtos, mostra que o principal fator para os doutores é se existe exploração de meio ambiente e pessoas na produção da mercadoria, enquanto para os estudantes e graduados se o produto ofertado condiz com o preço. Esta descrição de preferências, mostra que quanto maior o nível de renda e formação acadêmica mais propenso o consumidor se torna a realizar um consumo responsável e consciente. Não excluindo os outros grupos de consumidores que também o fazem, entretanto eles não são tão propensos a esta prática. Ao mesmo tempo, estes dados também mostram que o preço pode não ser um fator decisivo na compra para as classes mais altas, mas não deixa de ser um fator relevante para eles.

Ao se deparar com os resultados da relação do consumidor com o consumo alternativo e os produtos da Cesta Sabores da Terra, nota-se que a cesta é o primeiro contato com os movimentos de consumo alternativo, sendo que mais de 12 participantes, não frequentam nenhum outro tipo de associação com esta proposta. Mostrando desta forma a importância do projeto para difundir as formas alternativas de economia, usando do consumo como mecanismo de contato. A conscientização dos consumidores é notável quando mais de oito participantes afirmam perceber diferença de sabor nos produtos da cesta, mostrando assim que existe variações visíveis no cultivo com redução de químicos. O desafio, entretanto, é tornar este consumidor tão sensível as singularidades do consumo responsável que não volte a consumir os produtos convencionais, realidade a qual a metade dos participantes ainda está sujeita. Aparentemente este processo já vem ocorrendo pois, quase a totalidade dos consumidores indicou a cesta a algum amigo ou familiar o que permite observar que existe uma aprovação dos consumidores pela cesta.

O apreço dos consumidores pode ser percebido pelo grau de satisfação com os produtos já que as notas apuradas se concentram em 10, demonstrando assim a estima que os participantes têm pelo projeto. Da mesma forma, o número de vezes que compraram a cesta é um ótimo indicador de apreciação dos produtos, mostrando que os consumidores valorizam as peculiaridades associadas ao consumo responsável pois nove dos 16 entrevistados realizaram a compra mais de 10 vezes. A interação do consumidor com o projeto vem mostrando resultados espetaculares, tendo recebido inúmeros elogios durante a pesquisa, assim como sugestões e ideais. Como toda experiência a Cesta Sabores da Terra tem desafios que precisam ser superados, todavia, ele vem cumprindo o seu papel de canal de comercialização e integração da comunidade acadêmica via uma prática de consumo consciente e responsável louvavelmente.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa possibilitou verificar as sutilezas da economia solidária, tendo demonstrado o caráter adaptativo, solidário e social desta prática deixando claro a importância do indivíduo no fazer econômico. A percepção da economia solidária a partir dos autores possibilitou desvendar suas relações com o capitalismo, mesmo não havendo um consenso entre quanto a quais seriam seus passos futuro. Estes mesmo pesquisadores, apontam que seu impacto econômico não pode ser desconsiderado e mesmo que seja mínimo para uns e completo para outros, seus desdobramentos vem ganhando destaque e importância junto a economia brasileiro e merecem atenção.

A importância da Cesta Sabores da Terra vai além como um grupo de consumo responsável tradicional pois ao ser um projeto de extensão universitária, realiza uma troca de saberes entre a comunidade e a universidade, transformando a teoria em prática. O trabalho realizado no projeto transcende um canal de comercialização alternativo para os produtores da região, tendo visto que o caráter inclusivo percebido ao observar os perfis dos consumidores. O projeto tornou a experiência do consumo responsável possível para qualquer consumidor, independente do seu orçamento familiar, sendo, portanto, muito mais solidária, igualitário e justo que os grupos de consumo responsável convencionais. Considerando as principais motivações que levam o consumidor a escolher a cesta sabores da terra, percebe-se que os principais motivos de compra são fortalecer a agricultura familiar e a produção local, assim como consumir produtos com menor teor de agrotóxicos e fertilizantes. Tanto o grupo dos doutores quanto o dos estudantes possuem uma maior concentração de

motivos no apoio ao projeto e alimentos saudáveis, demonstrando uma consciência social e fazendo do ato de consumir, um ato político de apoio.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho. “Terceiro setor, economia social, economia solidária e economia popular: traçando fronteiras conceituais”. Bahia: Análise e Dados. Salvador, SEI v. 12, no. 01. P. 9-19. Junho de 2002. Disponível em: <<https://intranet.dcc.ufba.br/pastas/ondadigital/backupAnexoSite/incluiSim/EconomiaSolidaria-FronteirasConceituais.pdf>>. Acesso em: 14 dez. 2016.

GAIGER, Luiz Inácio Germany. A ECONOMIA SOLIDÁRIA DIANTE DO MODO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA. CADERNO CRH, Salvador, n. 39, p. 181-211, jul. / dez. 2003

KANAN, Lilia Aparecida. Consumo sustentável & economia solidária: alguns conceitos e contribuições da Psicologia. **Fractal: Revista de Psicologia**, [s.l.], v. 23, n. 3, p. 607-624, dez. 2011. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1984-02922011000300011>. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/fractal/v23n3/v23n3a11.pdf>>. Acesso em: 1 fev. 2017

MANCE, Euclides ANDRÉ. REDES DE COLABORAÇÃO SOLIDÁRIA. IFIL, Curitiba, 11/2002 24. Disponível em: <<http://www.solidarius.com.br/mance/biblioteca/redecolaboracao-pt.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

MANCE, Euclides ANDRÉ. A REVOLUÇÃO DAS REDES DE COLABORAÇÃO SOLIDÁRIA. In: Encontro Internacional de Ecônomas Salesianas, 2005, Servilha. Disponível em:<http://www.solidarius.com.br/mance/biblioteca/A_Revolucao_das_Redes_de_Colaboracao_Solidaria.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2016.

SANTOS, Luciane Lucas dos (2015), “Consumo, hierarquias sociais e colonialidade econômica: na contramão de uma banalização da consciência”. Revista Espaço Ética: Educação, Gestão e Consumo, Ano II, n. 06, set./dez.

SINGER, Paul. DEZ ANOS DE SECRETARIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA (SENAES). **Mercado de Trabalho: ECONOMIA SOLIDÁRIA E POLÍTICAS PÚBLICAS**, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), v. 56, p. 89-93, fev. 2014. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3784/1/bmt56_econ02_dez_anos.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2016.

SINGER, Paul. ECONOMIA SOLIDÁRIA: UM MODO DE PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO, s.d. p.1-15. Disponível em: <<https://financassolidarias.files.wordpress.com/2012/10/economia-solidaria-paul-singer.pdf>> Acesso em: 15 ago. 2016.

SLOW Food Brasil: O movimento Slow Food. O movimento Slow Food. 2007. Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/slowfood/o-movimento>>. Acesso em: 10 fev. 2017