

**Eixo Temático: Social**

## **A PRODUÇÃO DE “NOVIDADES” PRATICADAS POR AGRICULTORES FAMILIARES ABASTECEDORES DE MERCADOS VAREJISTAS**

Eduardo Gilvan Dutra, Gustavo Pinto da Silva

### **RESUMO**

O objetivo principal deste estudo é investigar como os agricultores familiares produtores de hortifrutigranjeiros e abastecedores de mercados e supermercados do município de Santiago/RS, viabilizam a manutenção de suas unidades produtivas mesmo diante da pressão externa dos grandes distribuidores de alimentos. Especificadamente, se busca identificar quais são as novidades praticadas na produção e comercialização de hortifrúti por esses agricultores. A metodologia utilizada foi um estudo de caso com dois agricultores familiares que diariamente comercializam hortifrúti com mercados e supermercados do município, através da aplicação de questionários semi-estruturados e observação com anotações em diário de campo. Como resultados, se observou que a diversificação da produção com espécies pouco exploradas no município, o reaproveitamento de olerícolas de descarte para alimentação de peixes, o comércio na própria propriedade e a produção em circuitos curtos de produção e comercialização se mostram como práticas de produção de novidades. Conclui-se que existe uma fragilidade nas relações de comercialização entre agricultores familiares e redes supermercadistas de Santiago, todavia essa vem sendo sanada com estratégias baseadas em conhecimentos tácitos dos agricultores, viabilizando economicamente suas propriedades.

**Palavras-chave:** Produção de novidades, agricultura familiar, mercados varejistas, hortifrutigranjeiros, alimentos.

## 1 INTRODUÇÃO

A busca pelo melhor entendimento dos sistemas agroalimentares vem ganhando espaço em meio a academia brasileira e torna-se objeto de estudo de um número cada vez maior de pesquisadores. De um lado, se mostra como um estudo complexo devido as características inerentes aos fatores biológicos e naturais envolvidos na produção dos alimentos, tais como fertilidade do solo, relevo e níveis pluviométricos. De outro, as questões antropológicas, sociais e econômicas acerca dos atores envolvidos na produção de tais alimentos, seus beneficiados, as formas de organização desses mercados, a formação de renda no campo e aspectos relacionados com a segurança alimentar.

Para Maluf (2004), a maneira como os mercados agroalimentares estão organizados no espaço geográfico, refletem o grau de desenvolvimento de um país ou mesmo de uma região, bem como condicionam a maneira como os alimentos são ofertados à população no que tange a disponibilidade, qualidade e preço. Ainda para esse autor, a continuidade de um processo de concentração agroindustrial para fazer frente à produção de larga escala, comprometem a sobrevivência da agricultura familiar, penalizando um grande número de famílias que obtém sua renda por meio dessas atividades, sendo esses os protagonistas da produção de uma variedade de alimentos consumidos diariamente.

Gazolla (2012) chama atenção que uma vez que os agricultores familiares inserem-se nesse modo de produção em larga escala, severas restrições são impostas a esses. São exemplos: produção de matérias-primas baratas, incapacidade de agregação de valor e perda de autonomia e capacidade de criação.

Não obstante, atualmente os agricultores que produzem alimentos a nível local vem vivenciando a concorrência das grandes empresas distribuidoras, centrais de abastecimento e principalmente das redes de supermercado. Isso por sua vez, retira o poder de barganha dos pequenos agricultores, e os tornam sujeitos aos preços praticados por essas grandes distribuidoras. Para Reardon (2003), esse processo trata-se de uma das estratégias dos grandes distribuidores de alimentos os quais buscam a regionalização dos canais de suprimento e domínio de maior parcela do mercado.

Todavia, alguns estudos (PLOEG *et al.*, 2004; MELLO; SCHNEIDER, 2013) tem mostrado que agricultores familiares tem praticado ações as quais fazem frente à essas novas tendências do sistema agroalimentar, e vem garantindo sua parcela de mercado e permanência no campo. A essas ações, denomina-se “produção de novidades” ou “*novelty production*” (PLOEG *et al.*, 2004). É diante desse contexto, que se tem como objetivo principal deste estudo, investigar como os agricultores familiares produtores de hortifruti-granjeiros e abastecedores de mercados e supermercados do município de Santiago/RS, viabilizam a manutenção de suas unidades produtivas mesmo diante da pressão externa dos grandes distribuidores de alimentos. De maneira mais específica, se busca identificar quais são as novidades praticadas na produção e comercialização de hortifrúti por esses agricultores.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

A discussão a respeito da inovação na agricultura e no mundo rural, muitas vezes torna-se muito específica sob a ótica da modernização agrícola. De certa maneira, se pode dizer que nesse campo os processos inovativos se deram através de uma perspectiva linear, a partir da qual seriam desenvolvidos pelas ciências agrárias e difundidos pelos extensionistas rurais, posteriormente incorporando aos agricultores (OLIVEIRA *et al.*, 2011). Ainda, nesse

fluxo as trajetórias de modernização agrícola tenderiam a processos de cientificação e de integração a complexos agroindustriais.

De certa maneira, a inovação ocupa um papel importante, uma vez que tende a maximizar a produção eficientemente. Todavia, como se trata de um processo de importação à realidades específicas, a modos de produção e costumes locais, estas inovações foram introduzidas de maneira desconectada com os ecossistemas locais (OLIVEIRA *et al.*, 2011). Isso resultou, na pouca contribuição para inclusão dos agricultores familiares e, quando o fez, de maneira a torná-los subordinados verticalmente aos complexos agroindustriais, tirando-lhes autonomia e manifestações de criatividade (MARQUES, 2009).

Nesse contexto, o debate a cerca da “produção de novidades” surge como forma de crítica ao modelo produtivista e ao papel da tecnologia e do conhecimento no mundo rural (OLIVEIRA *et al.*, 2011). Para Ploeg *et al.* (2004), tal termo surge como necessidade de se particularizar e/ou evidenciar fenômenos até então desconhecidos, anônimos ou imbricados no dia a dia dos espaços rurais. Ainda para esse autor, esse fenômeno pode ser entendido como uma modificação, uma quebra de certas rotinas, ainda podendo ser uma nova prática ou modo de fazer, conjecturando num potencial para promover melhorias nas rotinas já existentes.

Vale lembrar, que a produção de novidades é algo específico, altamente localizado, vinculado aos saberes e tradições locais, e por isso dependente do ecossistema que o derivou. Ou seja, isso significa que uma novidade aparentemente interessante de uma determinada localidade, pode não ser para outra (MELLO; SCHNEIDER, 2013). Nesse sentido, é possível diferenciar a produção de novidades de inovação, uma vez que novidades surgem do conhecimento tácito e limitante do conhecimento local. Já as inovações, são resultantes do conhecimento codificado, construído em um mundo externo ao da produção, podendo em tese ser transposto para diversos locais (MELLO; SCHNEIDER, 2013).

A produção, as práticas e os mercados na agricultura são dependentes de fatores limitantes e, até mesmo limitados. Em virtude disso, agricultores deparam-se frequentemente com limitações de alguns fatores, tendo que resolver tais situações adversas com cuidadosos ciclos de observação, de reorganização e de avaliação (MEDEIROS; MARQUES, 2011). Essas etapas, por conseguinte, é a própria produção de novidades, onde se tem como objetivo inicial e final, fazer frente às vulnerabilidades e dificuldades a qual os agricultores estão sujeitos (MELLO; SCHNEIDER, 2013).

Dentre essas dificuldades, se pode identificar a pressão exercida pelas grandes empresas distribuidoras de alimentos, ou ainda os intermediadores de venda. Ademais,

A comercialização é um elo importantíssimo no processo produtivo sendo, normalmente, que as margens de comercialização não variam com as flutuações de preços, o que garante a continuidade da atividade de intermediação em bases lucrativas. Com o conhecimento que o distribuidor tem sobre o mercado e com a possibilidade de influenciar preços e quantidades ofertadas a sua presença acaba se perpetuando em um ambiente no qual os produtores se mantêm em situação de fragilidade (BELIK; CUNHA, 2015, p. 219).

Essa fragilidade pode ser observada cada vez mais pela união dos mercados, transformando-se em redes. Souza (2005) elucida que os processos de aquisições e formações de cadeias de supermercados, muito se relacionam com o *input* de empresas varejistas estrangeiras no Brasil, e a estratégia de crescimento de empresas nacionais do setor. A partir dessas uniões, se acirram ainda mais a competitividade, pressionando os distribuidores a baixarem seus preços devido a compra em larga escala. Assim, é possível notar a influência

que os intermediários da produção e as redes supermercadistas tem de pressionar os preços dos produtos para valores cada vez menores, o que acaba dificultando a produção dos agricultores produtores de hortifrutigranjeiros.

### 3 METODOLOGIA

Para esse estudo se escolheu o caso da produção de novidades praticadas pelos agricultores familiares produtores de hortifrutigranjeiros que abastecem os mercados e supermercados do município de Santiago/RS, Brasil. Tal município foi escolhido devido ao forte vínculo com a produção de alimentos pautados em circuitos curtos de comercialização e consumo, bem como sua importância como canais de abastecimento de alimentos para o município, conforme demonstrou estudos de Silva (2016).

Santiago está localizado na região central do estado do Rio Grande do Sul, onde segundo o Censo Demográfico de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apresentou uma população de 49.071 habitantes, quando 90,4% do todo da população fazia-se residente na cidade (IBGE, 2016). A partir da análise do Censo, é possível observar um avançado processo de êxodo rural iniciado na década de 60 com a Modernização Conservadora da Agricultura. Isso revela que se de um lado existe a presença da agricultura patronal onde se tem o plantio de grandes áreas de cereais e criação de animais de maneira extensiva, do outro há um remanescente de pequenos minifúndios produtores de alimentos, onde a base da produção se dá pela agricultura familiar.

Esta pesquisa trata-se de um estudo de caso com dois agricultores familiares que diariamente entregam hortifrutigranjeiros para mercados e supermercados do município. Os procedimentos metodológicos se deram através da aplicação de questionários semi-estruturados nas próprias propriedades dos agricultores, e por meio da observação. A escolha pela aplicação de questionários na própria propriedade se deu principalmente para buscar uma maior proximidade com a realidade vivida pelos envolvidos e para observar práticas que por mais que possam ser tidas como usuais, podem refletir modos específicos de novidade. Já a observação se deu com anotações em diário de campo, onde se procurou identificar manifestações da produção de novidades de forma mais clara. Tal pesquisa foi realizada no mês de julho de 2016.

### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Notou-se neste estudo de caso, certo grau de fragilidade (BELIK; CUNHA, 2015) a qual a produção local se encontra, uma vez que supermercados utilizam de manobras como a compra em massa de distribuidores de fora município, caso os agricultores locais não pratiquem os preços por eles sugeridos. Na falta de oportunidades para comercialização em quantidades maiores, os agricultores ficam dependentes das relações de comercialização já instituídas com o comprador, obrigando-os muitas vezes a aceitar os preços impostos. De outra parte também são tomadas iniciativas para minimizar o efeito que o supermercado pode causar sobre suas estratégias de comercialização.

Dentre essas alternativas, um dos entrevistados citou a redução do plantio das culturas que tem maior oferta em determinado período, para diversificar a produção com outras culturas. O mesmo deu o exemplo da alface, onde disse que os “agricultores santiaguenses” tem costume de plantar tal espécie por já haver um conhecimento local instituído sobre o modo de produção, e nos meses de julho até outubro a oferta desta olerícola aumenta,

ocasionando a redução do preço pago pelas redes supermercadistas. Como alternativa reduzem o plantio dando prioridade para o plantio de ervas condimentares como salsa e cebolinha verde, que considera espécies com potencial para ser explorado. Essa prática mostra que as dificuldades podem significar momentos para inovações, tal como a mobilização ou a busca de conhecimentos para a realização de uma nova atividade, antes não havida no local.

Ainda neste sentido, um dos entrevistados relatou estar se dedicando à produção de morangos, uma cultura que não explorada localmente. Ainda chamou atenção por ser uma cultura considerada nobre, sendo que grande parte dos seus compradores são pessoas especializadas em *buffets* para festas, doceiros e donos de restaurantes do município. Esse se mostra como outro exemplo interessante da produção de novidades, uma vez que o agricultor preconiza cultivar algo não tradicionalmente desenvolvido no município, podendo se apropriar de uma parcela significativa do mercado, reduzindo a dependência com as redes supermercadistas, e garantindo sua renda e viabilidade da unidade produtiva.

Considerando os supermercados como pontos tradicionais de aquisição de alimentos, a comercialização de hortifrutigranjeiros na propriedade como um circuito curto de comercialização mostrou-se como uma relevante prática de novidades. Tal relevância se dá a partir do momento que o agricultor tem autonomia de dar o preço, ocorre uma ruptura com a dependência em relação aos supermercados, bem como se oferta ao cliente a possibilidade de escolha do produto desejado.

Outra novidade identificada por um dos entrevistados foi o reaproveitamento das sobras das hortas ou de unidades de olerícolas que foram trocadas nos supermercados, para a alimentação de peixes. Essa é uma maneira onde se consegue reduzir os custos com ração para piscicultura e ainda reaproveitar olerícolas até então consideradas como descarte. Tal ação mostra a eficiência na gestão dos custos na propriedade mesmo este sendo pressionado pelos baixos preços pagos pelas redes supermercadistas, ou ainda como forma de reaproveitamento de insumos.

Característica apontada comumente entre os entrevistados como diferencial de seus produtos foi insistir que o que é produzido no município tem qualidade superior ao que vem de fora. A viagem dos alimentos por longas distâncias acaba fazendo com que percam aspectos de frescor e naturalidade, muitas vezes chegando aos pontos de comercialização num estágio avançado de amadurecimento. Isso acaba inferiorizando os alimentos que chegam de fora do município, e valorizando os produzidos através de circuitos curtos, sendo então que essa produção local por si só responde a produção de novidades.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos casos estudados se notou a fragilidade vivenciada pelos agricultores familiares que produzem hortifrutigranjeiros para comercialização com redes de supermercados, principalmente devido à pressão exercida para a queda do preço no momento da venda dos alimentos. Consequentemente, as estratégias que os agricultores utilizam para se manter no mercado são o que se denomina na literatura especializada de “produção de novidades”. Isso pôde ser observado diante da diversificação da produção como no caso de temperos e morangos, na construção de mercados alternativos quando se comercializa na própria propriedade, ou ainda no reaproveitamento de insumos para a alimentação de peixes.

Como limitações de estudo se pode apontar o receio dos agricultores em dar respostas sobre o mercado os quais estão inseridos, e principalmente aos seus compradores. Todavia, isso não inviabilizou o desenvolvimento da pesquisa, uma vez que se despendeu tempo

significativo para a aplicação de questionários, e as entrevistas foram feitas nas próprias propriedades, o que facilitou o diálogo. Como sugestão de estudo se recomenda a replicação de estudos dessa natureza para amostras maiores de agricultores, a fim de conhecer outras estratégias de produção de novidades que estejam garantindo parcela do mercado para outros agricultores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELIK, W.; CUNHA, A. R. S. A. Abastecimento no Brasil: o desafio de alimentar as cidades e promover o Desenvolvimento Rural. In: GRISA, C., SCHNEIDER, S. (Orgs.). **Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p. 217-235, 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 2 set. 2016.

GAZOLLA, M. **Conhecimentos, produção de novidades e ações institucionais: cadeias curtas das agroindústrias familiares**. 2012. 292 p. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural). Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

MALUF, R. S. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaios FEE**, v. 25, n. 1, 2004.

MARQUES, F. C. **Velhos conhecimentos, novos desenvolvimentos: transições no regime sócio-técnico da agricultura. A produção de novidades entre agricultores produtores de plantas medicinais no sul do Brasil**. 2009. 220 p. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural). Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

MEDEIROS, M.; MARQUES, F. C. Interfaces e transformações de práticas e conhecimentos na agricultura: um ensaio bibliográfico sobre a emergência das novidades. **Revista IDEAS**, v. 5, n. 1, p. 66-90, 2011.

MELLO, M. A.; SCHNEIDER, S. A Produção de 'Novidades' Como Alternativa à Crise Pelos Agricultores do Oeste de Santa Catarina. **Desafio Online**, v. 3, n. 1, p. 1-18, 2013.

OLIVEIRA, D. et al. A produção de novidades: como os agricultores fazem para fazer diferente?. In: SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. (Orgs.). **Os atores do Desenvolvimento Rural: perspectivas teóricas e práticas sociais**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p. 91-116, 2011.

PLOEG, J. D. V. D. et al. On regimes, novelties, niches and co-production. In: WISKERKE, J. S. C.; PLOEG, J. D. V. D. **Seeds of transition: essays on novelty production, niches and regimes in agriculture**. Assen: Royal van Gorcum, 2004.

REARDON, T. et al. The rise of supermarkets in Africa, Asia, and Latin America. **American journal of agricultural economics**, v. 85, n. 5, p. 1140-1146, 2003.

SILVA, G. P. **A construção social dos circuitos curtos de comercialização e consumo de alimentos:** a emergência de novas institucionalidades. 2016. 273 p. Tese (Doutorado em Extensão Rural). Centro de Ciências Rurais, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2016.

SOUZA, R. A. M. **Mudanças no consumo e na distribuição de alimentos.** O caso da distribuição de hortaliças de folhas na cidade de São Paulo. 2005. 142 p. Dissertação (Mestre em Economia). Instituto de Economia da UNICAMP, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.