

MERCADOS SOLIDÁRIOS: NOVAS FORMAS DE COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR

RESUMO

Autor: Fábio Luiz Búrigo (Cepagro). fabio@cepagro.org.br. Fone 48 3343176

Sessão 3: Comercialização de Produtos da Agricultura Familiar

O processo de modernização conservadora da agricultura brasileira, além de gerar problemas sociais e ambientais no meio rural, privilegiou a criação de complexos agroindustriais de grande porte e de canais de distribuição via cadeias de supermercados. A agricultura familiar ocupou papel marginal nesse processo, embora, historicamente, seja a responsável pela maior parte da produção de alimentos no país.

A crise do modelo agro-químico vem estimulando a introdução de processos mais sustentáveis de produção, baseados nos princípios da agroecologia. Além disso, se verifica a importância de criar novas organizações que melhor represente os interesses dos agricultores familiares dentro das diferentes etapas das cadeias produtivas, especialmente naquelas ligadas a produção de alimentos.

A Rede Cepagro de Desenvolvimento Local, constituída por diversas organizações ligadas a agricultura familiar de Santa Catarina, vem apoiando a construção de alternativas de produção e de organização dentro dos diferentes elos da cadeia produtiva. Estimula-se a formação de redes de organizações (cooperativas, associações, grupos etc.) que atuam na aquisição coletiva de insumos, na produção agroecológica e na construção e articulação de (pequenas) unidades de transformação dos produtos oriundos da agricultura familiar. Mais recentemente a Rede vem estimulando a organização das centrais de comercialização e de novos pontos de venda e a integração com os consumidores urbanos.

O presente trabalho pretende discutir algumas das novas estratégias organizacionais ligadas à agricultura familiar de Santa Catarina. Procura investigar, especialmente, alguns dos desafios atuais da experiência da Rede Cepagro, ou seja, o apoio à criação de novos canais de comercialização,

através da idéia de mercados solidários, bem como a busca de maior integração com setores urbanos (consumidores) que trabalham a idéia do consumo ético.