

V Simpósio IESA/SBSP

Grupo de Discussão 3: Comercialização de produtos da agricultura familiar

ALTERNATIVAS DE INSERÇÃO NO MERCADO PARA A AGRICULTURA FAMILIAR:

UMA DISCUSSÃO A PARTIR DE EXPERIÊNCIAS SELECIONADAS*

SCHRÖDER, Mônica; NASCIMENTO, Humberto M. do; TEIXEIRA, Vanessa Lopes¹

Resumo

Diversos estudos e a experiência dos movimentos populares e de organizações não-governamentais têm mostrado a necessidade de se pensar estruturas de mercados alternativos para a agricultura familiar. A inserção desses agricultores em mercados convencionais sempre encontrou limites, mesmo considerando que os instrumentos da política agrícola, como as políticas de comercialização e de crédito, estiveram, em sua fase mais privilegiada, voltados também para a viabilização dessa inserção. A estrutura do mercado convencional se baseou estritamente na comercialização de *commodities* agrícolas, condicionando as formas de inserção do agricultor familiar. O fato é que a lógica de organização de mercados convencionais não encontra correspondência na própria lógica da organização produtiva da agricultura familiar, que originalmente se volta para a diversidade produtiva e para a produção em pequena escala.

Frente à dificuldade de inserção dos agricultores familiares, várias experiências, levantadas na literatura, apontam outras formas de inserção no mercado, sobretudo aquelas voltadas à segmentação do mercado local/regional e que exploram nichos de mercado (orgânico, institucional, solidário, com apelação de origem, entre outros).

*Trabalho apresentado no V Simpósio Latino-americano sobre investigação e extensão em sistemas agropecuário (IESA) e V Encontro da Sociedade brasileira de sistemas de produção (SBSP), realizado em Florianópolis/SC, entre os dias 20 e 23 de maio de 2002.

¹ Todos os autores são doutorandos do Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). E-mail: schroder@eco.unicamp.br; beto@eco.unicamp.br; vanessa@eco.unicamp.br. Endereço: rua Buarque de Macedo, 1011/12 – Campinas/SP – 13075-000. Fone: (19) 3242-6930.

Nosso objetivo é discutir as estruturas de mercados alternativos para a agricultura familiar. Mais do que isso, serão apresentadas algumas contribuições de experiências brasileiras significativas nesse campo como tentativa de demarcar as possibilidades e os limites das novas estruturas de mercado para a viabilização socioeconômica da agricultura familiar.

De maneira preliminar, podemos dizer que as possibilidades dessas estruturas residem no investimento em produtos regionais, caracterizados cultural e territorialmente; no estabelecimento de ligações de confiança com o mercado consumidor para poder resistir à concorrência; e nas relações estabelecidas entre produtores, agentes mediadores (ONGs, associações, Igreja, cooperativas etc.) e o setor público. Como limites das mesmas, podemos destacar o acesso restrito a informações de mercado e a linhas de financiamento adequadas às estratégias alternativas de comercialização e a falta de organização dos produtores.