



**Almoço à camponesa como elo da confiança entre produtor e consumidor:  
estudo de caso do Assentamento 72, Ladário/MS, Brasil**

*Peasant lunch as a link of trust between producer and consumer: case study of  
Settlement 72, Ladário/MS, Brazil*

SOARES, Ozeias de Lima<sup>1</sup>; COSTA, Edgar Aparecido da<sup>1</sup>; RODRIGUES, Glenda  
Helenice da Silva<sup>2</sup>; FEIDEN, Alberto<sup>3</sup>; SANTO, Anderson Luis do Espírito<sup>1</sup>;  
OLIVEIRA, Laura Helena Ferreira de<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, ozeias.lima@ufms.br, edgarac10@gmail.com,  
anderson.santo@ufms.br; <sup>2</sup> Universidade Federal do Rio de Janeiro,  
glendah.rodrigues@outlook.com; <sup>3</sup> Embrapa Pantanal, alberto.feiden@embrapa.br; <sup>4</sup> Prefeitura  
Municipal de Ladário/MS, laurahnutri@gmail.com

**RESUMO EXPANDIDO**

**Eixo Temático: Políticas Públicas e Agroecologia**

**Resumo:** O objetivo deste artigo é avaliar como o almoço à camponesa pode funcionar como indutor da confiança entre as famílias camponesas e consumidores, tendo por estudo de caso o Assentamento 72, em Ladário/MS. Os procedimentos metodológicos adotados foram construídos de forma participativa, envolvendo múltiplos atores territoriais juntamente com as famílias camponesas do Grupo Bem-Estar. O almoço à camponesa, em sua segunda edição, imprimiu resultados expressivos nas relações de confiança com os consumidores e gerou renda a mais para o grupo, pela comercialização dos seus produtos.

**Palavras-chave:** agroecologia; agricultura camponesa; políticas públicas.

**Introdução**

A certificação orgânica no Brasil é definida pela Lei nº 10.831, publicada em 23 de dezembro de 2003 e é feita de três maneiras: a) Certificação por Auditoria, b) Sistema Participativo de Garantia, mediado por um Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade e, c) Controle Social na Venda Direta Sem Certificação – através de uma Organização de Controle Social (OCS). Quaisquer dessas formas precisam estar registradas ou credenciadas, quando for o caso, no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

Neste estudo, interessa o funcionamento das OCS, pois é a forma incentivada pelo Núcleo de Estudos em Agroecologia e Produção Orgânica do Pantanal (NEAP) para um grupo de famílias camponesas do assentamento 72, localizado em Ladário, na porção Oeste do Mato Grosso do Sul. Incentivado pela parceria entre a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e a Embrapa Pantanal, desde 2011 experimentam a transição agroecológica e em 2015 se organizou como um grupo informal denominado Grupo Bem-Estar. O propósito foi melhorar os processos de comercialização dos produtos em transição agroecológica através da



venda direta nas feiras e para as políticas públicas (PERON, COSTA e ARRUDA, 2018).

Em 2019 e início de 2020 o grupo iniciou o processo para se tornar uma OCS com seis das oito famílias interessadas no reconhecimento como produtores orgânicos sem certificação. Com a pandemia essa organização foi paralisada e, retomada aos poucos, a partir de 2022.

Sob a orientação do NEAP, o Grupo buscou ampliar as relações baseadas na confiança e fidelização de seus clientes, as chamadas convenções doméstico-cívicas. Além disso, o Decreto Nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007, descreve que uma OCS deve ser orientada por um “processo organizado de geração de credibilidade a partir da interação de pessoas ou organizações, sustentado na participação, comprometimento, transparência e confiança, reconhecido pela sociedade” (BRASIL, 2007).

A legislação brasileira estabelece a necessidade de existência de relações de “organização, comprometimento e confiança” entre os membros de uma OCS (BRASIL, 2009, p. 11). Torna-se, igualmente, necessárias garantias para a visitação nas propriedades por quaisquer interessados em conhecer os processos produtivos (consumidores, fiscais, escolas etc.).

Neste contexto que o NEAP, de maneira participativa, juntamente ao Grupo Bem-Estar, do assentamento 72 pensaram na realização de um almoço contando com produtos dos próprios camponeses e quem envolvesse a visitação à horta e escolha das verduras para acompanhamento da refeição do dia (COSTA et al., 2022).

O objetivo deste artigo é avaliar como o almoço à camponesa pode funcionar como indutor da confiança entre as famílias camponesas e consumidores, tendo por estudo de caso o Assentamento 72, em Ladário/MS.

A contribuição para o eixo Políticas públicas e Agroecologia está na construção das relações de confiança e na articulação com a Prefeitura Municipal na realização do evento. A participação do prefeito, de alguns secretários de governo municipal e do Secretário Executivo de Agricultura Familiar do MS, de vereadora e da nutricionista abre as portas para o reconhecimento da qualidade da produção do Grupo de camponeses e de estímulo às compras do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA).

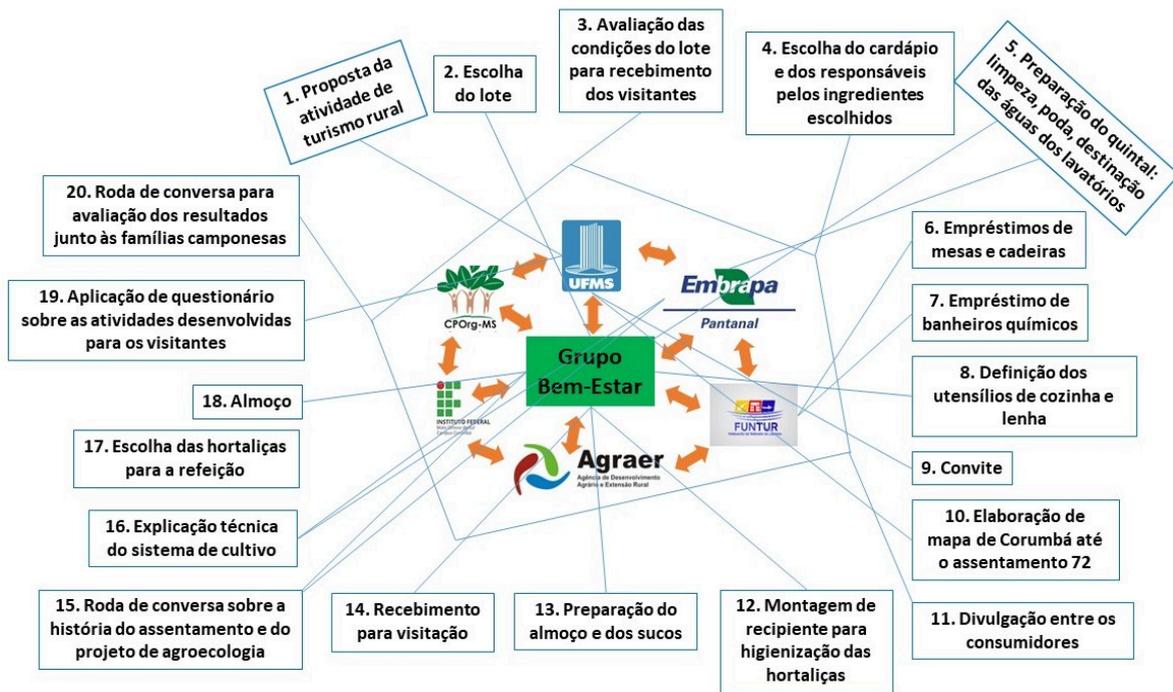
## **Metodologia**

O II Almoço à Camponesa foi realizado no dia 01 de julho de 2023, no Assentamento 72, em Ladário/MS. O objetivo foi evidenciar a produção em transição agroecológica dos produtores do grupo e estreitar o relacionamento entre consumidores e produtores. Assim, os consumidores puderam confirmar os



processos da produção e fortalecer a relação de confiança, na qual, se baseia a comercialização do grupo. Todas as ações foram elaboradas de forma participativa e consensual, envolvendo diversos atores, com os camponeses (Figura 1).

Figura 1. Procedimentos adotados no processo da construção e execução da ação de visitação a um lote do Grupo Bem-Estar, assentamento 72, Ladário/MS, Brasil.



Fonte: COSTA et al., 2022, p. 9.

O almoço foi a atividade de encerramento da XIX Campanha Anual de Promoção do Produto Orgânico: “Produto Orgânico, Amigo do Clima”; IV Seminário sobre PNAE/PAA no Pantanal em 2023. A motivação partiu do sucesso do primeiro evento realizado em 2022, em um lote diferente com vistas a ampliar o conhecimento dos consumidores às unidades produtivas dos camponeses membros do Grupo.

## Resultados e Discussão

Foi estabelecido um limite de 50 visitantes e definido o cardápio com ajuda da nutricionista da Prefeitura de Ladário. Buscou-se utilizar a maior parte dos produtos dos próprios camponeses e, buscar no mercado, somente o que não conseguem produzir nos seus lotes. O Almoço à camponesa incluiu um café da manhã, galinhada, farofa, purê de mandioca e sucos com e sem açúcar (Figura 2). Na composição dos cardápios, aproveitou-se 90,72% do total de gastos de 1.660,00 reais, com produtos do próprio grupo.

Figura 2. Origem dos ingredientes utilizados pelo Grupo Bem-Estar, para realização do II Almoço à camponesa, 2023.



Quantidade	Item	Preço individual	Total	Origem
<b>GALINHADA</b>				
16	Galinhas (unid.)	50,00	900,00	Própria
10	Arroz (kg)	20,00	40,00	Mercado
1	Banha (litro)	30,00	30,00	Própria
8	Alho (cabeça)	1,50	12,00	Mercado
6	Cebolinha (maço)	2,00	12,00	Própria
4	Alho poró (maço)	3,00	12,00	Própria
<b>Subtotal</b>			<b>1.006,00</b>	

<b>FAROFA</b>				
15	Couve (maço)	4,00	60,00	Própria
5	Ovos (dúzia)	15,00	75,00	Própria
4	Farinha de mandioca torrada (kg)	12,00	48,00	Mercado
1	Óleo de girassol (unid.)	22,00	22,00	Mercado
3	Pimenta (pacote)	3,00	9,00	Própria
1	Sal (pacote)	2,00	2,00	Mercado
3	Salsa (maço)	3,00	9,00	Própria
3	Cebolinha (maço)	3,00	9,00	Própria
<b>Subtotal</b>			<b>234,00</b>	

<b>PURÊ DE MANDIOCA</b>				
10	Mandioca (Kg)	5,00	50,00	Própria
1	Manteiga (Kg)	50,00	50,00	Própria
3	Leite (litro)	5,00	15,00	Própria
<b>Subtotal</b>			<b>115,00</b>	

<b>SUCO</b>				
2	Açúcar cristal (pacote.)	10,00	20,00	Mercado
3	Limão (pacote)	5,00	15,00	Própria
2	Leite (litro)	10,00	10,00	Própria
2	Couve (maço)	4,00	8,00	Própria
5	Hibisco (pacote)	5,00	25,00	Própria
2	Mamão (unid.)	10,00	20,00	Própria
1	Beterraba	2,00	2,00	Própria
<b>Subtotal</b>			<b>100,00</b>	

<b>CAFÉ DA MANHÃ</b>				
4	Pães coloridos	12,00	48,00	Própria
4	Assadeiras de bolo de mandioca	35,00	140,00	Própria
1	Açúcar (pacote)	10,00	10,00	Mercado



1	Capim cidreira (maço)	2,00	2,00	Própria
1	Hibisco (pacote)	5,00	5,00	Própria
-	Pó de café	-	-	Doação
<b>Subtotal</b>			<b>205,00</b>	

<b>Total</b>		<b>1.660,00</b>
Compras deles mesmos		1506,00
Compras em Mercados		154,00

Fonte: Autores, 2023.

Considerando a meta de 50 pessoas, a partir da previsão dos gastos (R\$1.660,00) e o trabalho das famílias camponesas chegou-se ao valor de 42 reais para adultos e 25 reais para crianças de cinco a 12 anos. Participaram do evento 43 adultos e uma criança, totalizando R\$ 1.831,00. Portanto, uma sobra de R\$171,00. Dos oito membros do Grupo, seis participaram ativamente (os demais estavam em tratamento de saúde), resultando num rateio de R\$28,50 por família.

Contudo, aproveitando as sugestões do primeiro evento, em 2022 (COSTA et al., 2022), foram oferecidos vários produtos, além dos ingredientes servidos e do processo de visitação (Figura 3). Obtiveram-se os seguintes resultados de vendas: Produtor A, 263,00; Produtor B, 355,00; Produtor C, 200,00; Produtor D, 261,00. Dois produtores não levaram outros produtos para a venda no local.

Figura 3. Mosaico de fotografias do II Almoço   camponesa oferecido pelo Grupo Bem-Estar, assentamento 72, Ladário/MS.



Fonte: Autores, 2023. Nota: em seqüencia, da esquerda para a direita, produtos oferecidos no local; horta; prepara o da galinhada; galinhada finalizada; procedimentos de escolha das hortaliças (duas fotos), consumidores acomodados, palestra do pesquisador da Embrapa e dos camponeses.

Muito mais do que os resultados das vendas   o reconhecimento dos camponeses para a participa o em políticas públicas promovidas pelo governo do Estado e prefeitura municipal. A presença do prefeito e alguns secretários, de vereadora e do



Secretário Executivo de Agricultura Familiar, Povos Originário e Comunidades Tradicionais, somados à cobertura jornalística promoveram vários diálogos na direção de benfeitorias para eles.

## Conclusões

Os resultados demonstraram que o Almoço à camponesa foi um excelente indutor de políticas públicas para os membros do grupo. Além de funcionar como fonte geradora de renda foi capaz de criar laços de solidariedade entre agricultores e consumidores. Cabe, ao Grupo, avaliar a capacidade de ampliar os convites e de oferta de produtos. Por outro lado, fica evidente que os resultados das relações sociais estabelecidas foram mais significativos que os valores comercializados.

## Agradecimentos

Agradecemos ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), pelo apoio financeiro através do Edital Chamada CNPq/MCTI/FNDCT N° 18/2021 - Faixa B - Grupos Consolidados, constante no Processo 404556/2021-3.

## Referências bibliográficas

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Controle social na venda direta ao consumidor de produtos orgânicos sem certificação**. Brasília: Mapa/ACS, 2009.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Decreto N° 6.323, de 27 de dezembro de 2007. Brasília: **Diário Oficial da União**, 2007. Seção 1, Páginas 2 a 8. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6323.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6323.htm). Acesso em 04 abr. 2020.

COSTA, Edgar Aparecido da; SANTO, Anderson Luis do Espirito; FEIDEN, Alberto; RODRIGUES, Glenda Helenice da Silva; SOUZA, Yan Vinicius Jesus de. Turismo rural para promoção da produção ORGÂNICA. In. III SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO RURAL SUSTENTÁVEL, 3; WORKSHOP INTERNACIONAL PESQUISA E RESILIÊNCIA AMBIENTAL, 4. **Anais...** Candido Rondon, Unioeste, 2022. p. 1-16.

PERON, V.; COSTA, E. A.; ARRUDA, J. C. C. Definição de preços de produtos agroecológicos: o caso do Grupo Bem-Estar no assentamento 72, em Ladário/MS. **Cadernos de Agroecologia**, v. 13, n. 2, dez. 2018. Disponível em <http://cadernos.aba-agroecologia.org.br/index.php/cadernos/article/view/2255>. Acesso em 05 mai. 2023.