



Uso de plataformas de financiamento coletivo para fomento a projetos da agricultura familiar no estado do Rio de Janeiro

Giovanni Weber Scarascia^a

Resumo: Um dos focos do projeto “Apoio à Integração de Iniciativas Territoriais aos Projetos Comunitários Rurais nas Microbacias Hidrográficas do Projeto Desenvolvimento Rural Sustentável em Microbacias Hidrográficas”, financiado pelo Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento (BIRD) vinculado ao Banco Mundial e executado pela Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária, Pesca e Abastecimento do Estado do Rio de Janeiro (SEAPEC, 2012) dentro do Programa Rio Rural era a busca por fontes alternativas de recursos para apoiar projetos da agricultura familiar daquela unidade da Federação. Dessas, uma das hipóteses levantadas foi a de buscar apoio por meio das plataformas digitais de financiamento coletivo, conhecidas popularmente como crowdfunding. Esse artigo aborda um estudo de caso recente, que buscou levantar recursos para a perfuração de um poço artesiano no

a MBA em Gestão Estratégica de Marketing e Comunicação Integrada. Diretor de Novos Negócios do Portal Prosa. giovanni@prosa.org.br

Assentamento Ademar Moreira, localizado no município de São Pedro da Aldeia (RJ). No local, os assentados possuem permissão legal para a extração da pimenta-rosa (*Schinus terebinthifolius*), especiaria utilizada na culinária gourmet além de ser um produto de elevado valor agregado. É a extração desse tempero que gera a maior parte da renda dos assentados que não conseguem melhorar sua produção devido à falta de água, daí a necessidade de se perfurar um poço artesiano no local.

Palavras-chave: Agricultura familiar. Programa Rio Rural. Financiamento coletivo. Projetos comunitários rurais. Pimenta-rosa.

Use of collective financing platforms for promotion offamily farming projects in the state of Rio de Janeiro, Brazil

Giovanni Weber Scarascia^a

Abstract: One of the focus of the project "Support for the Integration of Territorial Initiatives into Rural Community Projects in the Hydrographic Microbasins of the Sustainable Rural Development Project in Hydrographic Microbasins", financed by the International Bank for Reconstruction and Development linked to the World Bank and executed by the State Secretariat of Agriculture of the State of Rio de Janeiro (SEAPEC RJ) within the Rio Rural Program was the search for alternative sources of resources to support family agriculture projects. Of these, one of the hypotheses raised was to seek support through collective financing platforms, popularly known as crowdfunding. This article approaches a recent case study, which sought to raise funds for the drilling of an artesian well in the Ademar Moreira Settlement, located in the municipality of São Pedro da Aldeia (RJ). At the site, the family farmers have legal permission to extract pink pepper (*Schinus terebinthifolius*), spice used in gourmet cooking and high value-added product. It is the extraction of this seasoning that generates most of the income of the small farmers who can't

a MBA in Strategic Management of Marketing and Integrated Communication.
New Business Director of Portal Prosa. giovanni@prosa.org.br

improve their production due to lack of water, hence the need to drill an artesian well in the place.

Keywords: Small farmers agriculture. Sustainable development. Crowdfunding. Pink pepper. Rural development.

Uso de plataformas de financiamiento colectivo para fomento a proyectos de agricultura familiar en el estado del Rio de Janeiro

Giovanni Weber Scarascia^a

Resumen: Uno de los focos del proyecto "Apoyo a la Integración de Iniciativas Territoriales a los Proyectos Comunitarios Rurales en las Microcuencas Hidrográficas del Proyecto Desarrollo Rural Sustentable en Microcuencas Hidrográficas", financiado por el Banco Internacional para la Reconstrucción y el Desarrollo (BIRD), vinculado al Banco Mundial y ejecutado por la Secretaría (SEAPEC RJ) dentro del Programa Rio Rural, era la búsqueda por fuentes alternativas de recursos para apoyar proyectos de la agricultura familiar de aquella unidad de la Federación. De estas, una de las hipótesis levantadas fue la de buscar apoyo mediante plataformas digitales de financiamiento colectivo, conocidas popularmente como crowdfunding. Este artículo aborda un estudio de caso reciente, que buscó levantar recursos para la perforación de un pozo artesiano en el Asentamiento Ademar Moreira, ubicado en el municipio de São Pedro da Aldeia (RJ). En el local, los asentados tienen permiso legal para la extracción de la pimienta rosa (*Schinus terebinthifolius*), especie utilizada en la culinaria gourmet además de ser un producto de alto valor agregado. Es la extracción de ese condimento que genera la mayor parte de la

a MBA en Gestión Estratégica de Marketing y Comunicación Integrada.
Director de Nuevos Negocios del Portal Prosa. giovanni@prosa.org.br

renta de los asentados que no consiguen mejorar su producción debido a la falta de agua, de ahí la necesidad de perforar un pozo artesiano en el lugar.

Palabras clave: Agricultura familiar. Programa Rio Rural. Financiamiento colectivo. Proyectos comunitarios rurales. Pimienta rosa.

1. Introdução

A importância da agricultura familiar no Brasil é um fato comprovado. Cerca de 70% da alimentação do brasileiro provém do trabalho de agricultores familiares que constituem a base econômica de 90% dos municípios de até 20 mil habitantes além de responder por 35% do produto interno bruto nacional. O setor absorve 40% da população economicamente ativa no País (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE, 2009).

São números consistentes e que demonstram a importância da agricultura familiar no contexto social e econômico do Brasil. Foi com foco nesse setor que a partir de 2008 e com apoio do BIRD, vinculado ao Banco Mundial, que o Programa Rio Rural foi implantado para melhorar a qualidade de vida da família rural fluminense e, mais ainda, equalizar aumento de renda com desenvolvimento sustentável.

O programa foi denominado “Apoio à Integração de Iniciativas Territoriais aos Projetos Comunitários Rurais nas Microbacias Hidrográficas do Projeto Desenvolvimento Rural Sustentável em Microbacias Hidrográficas (RIO RURAL-BIRD)” e contou com apoio das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO) sendo coordenado e executado pela Secretaria de Agricultura, Pecuária, Pesca e Abastecimento do Estado do Rio de Janeiro (SEAPPEC RJ). Ainda, apoiaram a iniciativa, além do Governo Federal, entidades do poder público estadual municipal, ONGs e associações e cooperativas vinculadas à agricultura familiar.

Em 2015, obedecendo ao cronograma de atividades propostas, iniciaram-se os trabalhos com a finalidade de buscar fontes alternativas para fomento de projetos para o setor, especialmente junto à iniciativa privada. Outras possibilidades, como o financiamento coletivo de projetos (crowdfunding) foram consideradas como uma possível e consistente fonte de captação

de recursos. Desde o início dos trabalhos ficou claro a importância e a necessidade de se criar um mecanismo de longo prazo para dar sustentabilidade (e continuidade) de forma integradora às ações do Programa Rio Rural especialmente junto à iniciativa privada. Tais mecanismos, então sugeridos, seriam (a) estabelecimento de uma plataforma público-privada através de contatos iniciais; (b) partilha/disseminação de informações e técnicas do Programa Rio Rural junto do setor privado e vice-versa; (c) promoção de ações do Programa Rio Rural junto do setor privado para atrair financiamentos, (d) promoção de ligações entre agricultores e mercados e; (e) monitoramento trimestral e estudo final de avaliação dos resultados alcançados para uma eventual segunda fase (SCARASCIA G.W., 2018).

A operacionalização do financiamento coletivo de projetos aplicado à agricultura familiar, sob a forma de uma campanha-piloto, e seus resultados serão abordados a seguir demonstrando, por exemplo, que o brasileiro não percebe a agricultura familiar como uma causa social (grifo nosso) fato que impactou negativamente na campanha desenvolvida além de outros fatores, explanados nesse documento.

2. Breve cenário sobre a agricultura familiar atual: grandes números, grandes problemas

A Lei 11.326/2006 define agricultores familiares como “aqueles que praticam atividades no meio rural, possuem área de até quatro módulos fiscais, mão de obra da própria da família e renda vinculada ao próprio estabelecimento e gerenciamento do estabelecimento ou empreendimento por parentes. Também entram nesta classificação silvicultores, aquicultores, extrativistas, pescadores, indígenas, quilombolas e assentados da reforma agrária” (MDA, 2016). Os números citados na Introdução deste documento são reforçados por um levantamento feito pelo Portal do Governo do Brasil onde a agricultura familiar

possui um peso importante na produção de alimentos e na economia brasileira (MDA, 2018):

A agricultura familiar ainda produz 70% do feijão nacional, 34% do arroz, 87% da mandioca, 46% do milho, 38% do café e 21% do trigo. O setor é responsável por 60% da produção de leite, 59% da produção de carne suína, 50% das aves e 30% dos bovinos. Nada mais, nada menos que 84% dos estabelecimentos rurais são de agricultores familiares.

Dados comparativos do Banco Mundial e do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), divulgados recentemente pela Secretaria Especial de Agricultura Familiar e Desenvolvimento Agrário (SEAD, 2018) apontam outras informações consistentes e que confirmam a importância do setor na economia nacional:

Com um faturamento anual de US\$ 55,2 bilhões, caso o País tivesse só a produção familiar, ainda assim estaria no top 10 do agronegócio mundial, entre os maiores produtores de alimentos. Quando se soma a agricultura familiar com toda a produção, o Brasil passa de oitavo maior para a quinta posição, com faturamento de US\$ 84,6 bi por ano.

Apesar da grandeza dos números, a agricultura familiar no Brasil enfrenta uma série de desafios. O primeiro deles e, possivelmente, o mais contundente, é o “tamanho limitado da propriedade que compromete a viabilidade financeira dos estabelecimentos e, com isso, a escala de produção se torna um problema estrutural para o produtor” (BITENCOURT, 2018).

Estudos indicam que, em média, o valor bruto de produção mensal por propriedade familiar é de 0,46 salário-mínimo, o que coloca grande parte dos produtores em situação de extrema pobreza. No Nordeste, por exemplo, 72% dos produtores não geram lucro suficiente no estabelecimento para elevar a mão de obra familiar acima da linha de pobreza. Inevitavelmente, essa realidade tem reflexo danoso na sustentabilidade dos estabelecimentos rurais familiares.

Outra questão que deve ser destacada nesse breve cenário é quanto às políticas públicas de assistência técnica e extensão rural (ATER) no Brasil, vinculadas à agricultura familiar. Trata-se de outro problema crônico e que impacta diretamente na produção. Historicamente, os pequenos agricultores sempre foram marginalizados no acesso aos programas ATER (CASTRO, 2015). A esse problema soma-se outro, mais grave, citado pelo mesmo autor:

Essa deficiência da assistência técnica é agravada pelo baixo nível de capacitação médio dos agricultores. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (2009), no Nordeste, 90% dos produtores possuem escolaridade inferior ao ensino fundamental (incluindo os analfabetos ou quase), menos de 5% possuem ensino médio ou técnico e apenas cerca de 1% possui ensino superior. Essa baixa qualificação da mão de obra se refletiu na não adoção de tecnologias, na não utilização de cuidados culturais ou no uso de práticas incorretas no processo produtivo, perdas na produção e baixos rendimentos na medida em que os agricultores se

veem impossibilitados de adotar inovações tecnológicas disponíveis.

Portanto, é dentro desses cenários que a agricultura familiar brasileira se enquadra e busca sua sobrevivência. A realidade se agrava quando aumentamos a lente para o Estado do Rio de Janeiro, onde, a exemplo de outras unidades da Federação como Espírito Santo, Rio Grande do Sul e Santa Catarina dentre outros, a característica é de pequenas propriedades rurais tendo em vista as dimensões geográficas daquelas unidades federativas.

3. O Programa Rio Rural

Foi a partir de um cenário caracterizado pela necessidade de mais investimentos na área da agricultura familiar aliada à necessidade de gerar renda a agregação de valor e conciliar essa realidade a um desenvolvimento rural sustentável que o Programa Rio Rural foi criado e recebeu aporte de recursos do Banco Mundial. Os números são bastante expressivos e indicam um projeto de amplo alcance. Para atingir esses objetivos foram adotadas ações estratégicas tendo como referência as comunidades que vivem nas microbacias hidrográficas, ou seja, espaços delimitados pela rede hídrica, como rios, córregos, aquíferos, nascentes etc.

Até 2018, foram investidos US\$ 233 milhões em ações de desenvolvimento beneficiando 48 mil agricultores familiares residentes em 366 microbacias de 72 municípios fluminenses (RIO RURAL, 2018). A metodologia adotada foca no desenvolvimento participativo e horizontalidade na tomada de decisões sendo que o engajamento dos atores locais e o incentivo à organização comunitária são a base do programa. O desafio é conciliar inclusão socioeconômica com a conscientização ambiental por meio da utilização de tecnologias sustentáveis e, na medida do possível, de baixo custo. Dentro dessa iniciativa, importante destacar a participação da EMATER Rio e da

PESAGRO, a primeira como ação extensionista e de capacitação e, a segunda, como instituição de pesquisa. Outras instituições, fundações e autarquias estaduais também participaram do processo além de ONGs, associações e cooperativas de produtores rurais, entidades de classe e prefeituras municipais.

O sítio do Programa Rio Rural (www.microbacias.rj.gov.br) oferece uma ampla gama de informações como relatórios, documentos diversos, pareceres, fotografias, vídeos e estudos com destaque para os Planos Executivos de Microbacias (PEMs) que, desenvolvidos de forma participativa, apontam as principais demandas em cada uma das microbacias hidrográficas.

4. Portal Prosa: plataforma e oportunidades

Foi dentro desse contexto do Programa Rio Rural que foi desenvolvida a Plataforma Rural de Oportunidades Sustentáveis e Agroecológicas (PROSA) atualmente disponível no sítio www.prosa.org.br. Os focos são a família rural, o conhecimento, a inovação e a sustentabilidade. A missão é “auxiliar os produtores e produtoras rurais e suas formas associativas na promoção do desenvolvimento sustentável nas áreas rural, social e ambiental” (SCARASCIA, 2018). Os objetivos do Portal foram discutidos com a equipe coordenadora do Programa Rio Rural e estabelecem os horizontes de atuação:

Ser uma interface informativa qualificada e legitimada para a geração de negócios sustentáveis aproximando produtores e produtoras rurais, a iniciativa privada e os consumidores tendo como referência geográfica a microbacia na qual se localiza o empreendimento; ser um portal cooperativo e informativo para apoiar iniciativas e projetos por meio da gestão de relacionamento entre os beneficiários, a instituição gestora e os

patrocinadores (iniciativa privada) e, ainda, ser um portal de conhecimento e inovação, de conteúdo relevante, com base no conceito de Open Innovation, estimulando o relacionamento entre oportunidades que gerem valor econômico aproximando o setor produtivo, os produtores e produtoras rurais e os consumidores.

No modelo proposto e colocado em prática, dois eixos estabeleceram os parâmetros iniciais de ação: ser uma plataforma que desse a visibilidade necessária para a iniciativa privada verificar as demandas dos agricultores e agricultoras rurais inseridos no Programa Rio Rural; e buscar meios inovadores de captação de recursos para o fomento dos projetos dos pequenos produtores rurais.

As áreas de investimento e fomento aos projetos constituem as partes centrais do Portal Prosa. Elas estão organizadas em três áreas específicas, i) uma apresentação geral dos projetos, sua forma de governança e transparência; ii) um canal de relação direta de projetos com os produtores rurais e suas redes; e iii) uma área de crowdfunding em que serão apresentadas as campanhas de apoio e patrocínio de projetos.

O financiamento coletivo de projetos foi considerado como um dos pilares de fontes alternativas de captação de recursos, motivo pelo qual se optou por estruturar uma campanha piloto. Essa forma de captar recursos para fomento de projetos sustentáveis de pequenos produtores rurais fluminenses pode ser considerada inovadora para o padrão do Programa Rio Rural embora existam campanhas análogas em outras regiões.

5. Financiamento coletivo

No Brasil, tais plataformas começaram a surgir com maior ênfase e visibilidade a partir de 2010 embora já existissem iniciativas semelhantes. Segundo a pesquisa Retrato do

Financiamento Coletivo 2013/2014, 52% das pessoas têm mais interesse em apoiar projetos artísticos e culturais de forma independente enquanto que 41% gostam de apoiar projetos com viés social e, ou, ambiental, que fortaleçam comunidades de forma responsável e solidária. Já 24% dos chamados apoiadores gostam de projetos com viés empreendedor, que viabilizem novas empresas, produtos e iniciativas. O levantamento ainda indica que faltam projetos relevantes nas áreas de mobilidade urbana, educação, meio ambiente, comunidades e negócios sociais, dentre outras (CATARSE, 2015).

Ainda, 88% apontam a identificação com uma causa como o fator mais relevante para apoiar um projeto de financiamento coletivo. A confiança no potencial do realizador (71%) e a qualidade da apresentação do projeto (70%) também aparecem nos primeiros lugares de preferência.

Há diversas plataformas de financiamento coletivo no Brasil. Optou-se por contratar a Catarse por ser a mais antiga em atividade.

5.1 Eficácia e números do financiamento coletivo de projetos

Apesar de tratar-se de uma inovação quando relacionado a fomento de projetos da agricultura familiar, o crowdfunding possui, de uma forma geral, um elevado percentual de fracasso que varia de 69% a 89% (PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS, 2016). Isso significa que, em média, somente três em cada 10 campanhas atingem o objetivo.

Há outras particularidades interessantes e que merecem ser divulgadas: pesquisas apontam que 88% dos apoiadores admitem apoiar um projeto devido ao fato de identificarem-se com uma causa (CATARSE, 2015), 71% apoiam por confiar no potencial do realizador e 70% devido à apresentação do projeto.

A mesma pesquisa indica que o fomento a projetos artísticos

e culturais independentes são os preferidos de 52% de apoiadores de projetos coletivos enquanto que 41% apoiam projetos que tenham viés social e ambiental e que fortaleçam comunidades de forma solidária e responsável.

Especialistas apontam 9 regras básicas para um financiamento coletivo de sucesso: escolher o crowdfunding adequado; ser sensato; saber da existência de pessoas interessadas em apoiar; ser profissional; fazer planos; ser social; aparecer, ou seja, produzir vídeos etc; ser persistente; e começar a campanha em alta (PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS, 2016). Nesse último, a informação é a de que é importante que a campanha já nasça com cerca de 30% dos recursos já aportados de forma a estimular a participação.

5.2 Perfil dos apoiadores

Importante, nesse contexto, identificar o perfil e o comportamento dos apoiadores, sua localização geográfica e faixa etária. Esse levantamento é importante para relacionar o público beneficiário com o público patrocinador e compreender se há alguma convergência social e, ou, cultural fato que facilitaria o processo de adesão. Segundo a pesquisa indicou, 63% dos participantes residem na Região Sudeste, 20% na Região Sul e 9% na Região Nordeste. Desses, 60% são do sexo masculino. Pessoas da faixa etária entre 25 e 30 anos e de escolaridade mais elevada são as que mais apoiam projetos via crowdfunding (CATARSE, 2015).

Outra informação pertinente: os apoiadores têm uma renda mensal de até R\$ 6.000,00 (Seis mil reais) e costumam fazer compras pela internet. São, portanto, pessoas que, em sua maioria, residem no meio urbano.

6. A campanha “Água para todos”

Em 5 de novembro de 2018 foi lançada a campanha de

financiamento coletivo “Água para Todos” (bit.ly/2RDQ2nl) sendo utilizada a plataforma CATARSE (www.catarse.me), considerada a mais antiga plataforma de crowdfunding brasileira. Foi adotada a campanha do tipo “tudo-ou-nada” o que significa 60 dias de campanha e tende a transmitir maior confiança para o apoiador pois, em caso de não ser atingida a meta estipulada, os recursos são devolvidos aos apoiadores. O próprio sítio da plataforma na internet da plataforma explica:

Caso não esteja familiarizado com o termo, é bem simples: quando você faz um projeto no Catarse e define sua meta, seja ela R\$ 100 ou R\$ 1 milhão, você só receberá o dinheiro se atingir ou superar essa quantia. Caso não chegue nesse valor, o dinheiro volta para os apoiadores. Apesar de a estranheza que pode causar, o “tudo ou nada” é comum nas plataformas de crowdfunding, como o Kickstarter. Podemos dizer que a principal razão é: dá mais certo. Projetos feitos nesses moldes têm mais sucesso e costumam arrecadar mais dinheiro do que aqueles em que realizadores ficam com a verba doada ainda que não atinjam a meta, os flexíveis ou “fique com o que conseguir”. É o que mostra um estudo da York University realizado com dados do Indiegogo, site de financiamento coletivo que permite tanto o “tudo ou nada” quanto os flexíveis.

O objetivo da campanha era arrecadar R\$ 29.050,00 (vinte e nove mil e cinquenta reais) para perfurar um poço artesiano no Assentamento Ademar Moreira de forma que o acesso mais facilitado à água auxiliasse os assentados a melhorar sua produção agrícola. Também foram planejadas recompensas. Apoiadores que aportassem quantias igual ou superior a R\$

100,00 (Cem reais) receberiam 100 gramas de pimenta-rosa, uma especiaria bastante apreciada na cozinha gourmet e produzida no próprio assentamento a partir de extrativismo autorizado pelo órgão ambiental fluminense, o Instituto Estadual do Ambiente (INEA). O texto explicativo bem como o orçamento da proposta estavam bastante claros e disponibilizados assim como um vídeo de 3'29":

No Assentamento Ademar Moreira, em São Pedro da Aldeia (RJ), moram 21 famílias de produtores rurais. Todas as terras estão devidamente legalizadas. Além da produção agrícola de subsistência, o Assentamento produz a pimenta-rosa (muito utilizada na culinária gourmet), mas a comercialização ainda é feita com intermediários que subvalorizam o produto junto aos assentados. Pagam pouco pela produção que é revendida a preços elevados no comércio local. E tem o (grave) problema da falta de água. Há pouca disponibilidade e essa realidade prejudica a produção. Essa campanha quer captar recursos para perfurar um poço artesiano no assentamento obedecendo a todas as exigências ambientais e, com isso, garantir o acesso à água para as famílias de assentados para melhorar a produção agrícola, especialmente a de pimenta rosa e, com isso, aumentar a renda de cada um dos assentados.

Buscando atender as 9 regras básicas para um financiamento coletivo de sucesso, 8 delas foram atendidas à exceção da regra quanto a lançar uma campanha que já apresentasse ao menos 30% dos recursos arrecadados como forma de estimular a participação. Um grande número de pessoas e técnicos envolvidos com o projeto, amigos e colegas de trabalho foram contatados e

mobilizados para que o financiamento se concretizasse. Passados os 60 dias de campanha, houve apoio de 23 pessoas e arrecadação de R\$ 1.844,00 (hum mil, oitocentos e quarenta e quatro reais) – 6% da meta. Em 4 de janeiro de 2019, os apoiadores foram informados do término da campanha e do fato da meta não ter sido atingida. Semanas após o comunicado, o recurso foi devolvido a todos os 23 apoiadores do projeto.

7. Conclusões

Embora tenha sido um relato resumido do cenário que engloba agricultura familiar, o Programa Rio Rural e o financiamento coletivo de projetos com um estudo de caso recente como o do Assentamento Ademar Moreira, há farta documentação disponível e que pode ser consultada. Seu resultado, contudo, aponta para determinados pontos que merecem uma reflexão mais apurada.

Uma das questões é reforçar que, para a coordenação do Programa Rio Rural, o financiamento coletivo de projetos da agricultura familiar era vista como uma espécie de solução (alternativa e inovadora) para a falta de recursos para o setor, especialmente no Estado do Rio de Janeiro. Isso posto, pode-se aferir algumas conclusões importantes.

A primeira delas é constatar que a campanha não se enquadrou dentro dos parâmetros da maioria dos apoiadores que afirmaram contribuir com projetos culturais e artísticos independentes. Além disso, outro ponto que reforça a afirmação relaciona-se ao perfil dos apoiadores de financiamentos coletivos: a maioria deles vive no meio urbano, são jovens e têm renda elevada. Por dedução, pode-se afirmar que se trata de um estrato social com pouco ou nenhum relacionamento com a agricultura familiar.

A segunda conclusão e, talvez, a mais marcante, é a de que a agricultura familiar não é percebida como uma “causa social”,

pois os resultados apresentados demonstram efetivamente que a proposta não atraiu apoiadores que patrocinam projetos com viés social tampouco aqueles que costumam apoiar projetos de empreendedorismo socioambiental. Esse é um ponto a ser considerado, pois aponta para um dos princípios básicos do marketing: o posicionamento ou, nesse caso, a falta dele na mente do apoiador. Uma questão interessante e que merecia ser discutida – e executada – seria saber qual a percepção do brasileiro em relação à agricultura familiar. Esse levantamento certamente seria uma ferramenta consistente para direcionar com maior eficácia as estratégias de comunicação rural, por exemplo, por parte não apenas dos órgãos públicos como também de todo o universo que orbita em torno do setor, incluindo-se, aí, instituições de assistência técnica e de pesquisa.

A terceira e última conclusão é, na verdade, uma constatação preocupante: entre o discurso (teoria) e a ação (prática) dessa campanha houve uma discrepância considerável. O Assentamento Ademar Moreira vem há anos lutando por uma melhor qualidade de vida, maior produção e agregação de valor e renda. Grupos de trabalhos foram criados (inclusive com participação interministerial) e uma série de discussões levadas a cabo ao longo de vários anos como forma de apoio aos assentados. Durante as ações de estruturação da campanha de financiamento coletivo e da gravação das imagens para a geração do vídeo, houve um engajamento bastante expressivo de todos os envolvidos e gerou-se um clima de empatia, de apoio e de participação. No entanto, a participação efetiva de todos os técnicos, ONGs, associações e membros do poder público em todas as instâncias que, de uma forma ou de outra, estavam vinculados ao assentamento, foi praticamente nula.

Com base nessas conclusões podem-se inferir algumas questões que demonstram a verdadeira representatividade da agricultura familiar naquilo que se aplica ao perfil de pessoas

apoiadoras de projetos de financiamento coletivo: muito aquém do esperado. No entanto, essa realidade mais específica também demonstra algumas dúvidas relacionadas à agricultura familiar como setor da economia nacional, como o fato da mesma não ser interpretada como uma causa social. Cabe a reflexão: é interessante que seja entendida dessa forma?

A conclusão, a partir dessa realidade, é óbvia. A não ser que haja um engajamento real e verdadeiro de todos os atores direta e indiretamente ligados ao projeto a ser apoiado, a chance de ser atingida a meta (captação de recursos para apoiar projetos da agricultura familiar) é nula. Ou seja, o financiamento é coletivo assim como o comprometimento. A participação, no entanto, é individual e, por isso, subjetiva. E entre a intenção de contribuir (momento no qual devem ser consideradas diversas variáveis e crenças pessoais) e a ação efetiva de providenciar o apoio, existe um longo caminho a ser percorrido.

Conclui-se, dessa forma, que o financiamento coletivo de projetos não se apresenta como a melhor ferramenta de fomento a projetos da agricultura familiar, ao menos na forma com a qual essa campanha-piloto foi estruturada. Esse resultado, no entanto, longe de ser conclusivo, deve ser considerado como uma tentativa e, como todas as tentativas, deve servir como referência para correções de rumo e para a busca de alternativas que superem essa realidade e auxiliem, de forma efetiva, o desenvolvimento da agricultura familiar.

Referências

BITTENCOURT, D. Agricultura familiar, desafios e oportunidades rumo à inovação. **Embrapa**, 2018. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/31505030/artigo--agricultura-familiar-desafios-e-oportunidades-rumo-a-inovacao>. Acesso em 01 de fevereiro de 2019.

CASTRO, C. N. de. Desafios da agricultura familiar: o caso da assistência técnica e extensão rural. **Boletim regional, urbano e ambiental – IPEA**, v. 12, n.1, 2015. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/6492/1/BRU_n12_Desafios.pdf. Acesso em 01 de fevereiro de 2019.

CATARSE. **Retrato do financiamento coletivo 2013-2014**. Pesquisa Catarse, 2015. Disponível em: <http://pesquisa.catarse.me>. Acesso em 29 de janeiro de 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo Agropecuário 2006**. Rio de Janeiro: IBGE, 2009.

PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS. 70% das campanhas de crowdfunding fracassam, diz estudo. **Revista PEGN**, 2016. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Dia-a-dia/noticia/2016/01/70-das-campanhas-de-crowdfunding-fracassam-diz-estudo.html>. Acesso em 01 de novembro de 2018.

SCARASCIA, G. W. Apoio à Integração de Iniciativas Territoriais aos Projetos Comunitários Rurais nas Microbacias Hidrográficas do Projeto Desenvolvimento Rural Sustentável em Microbacias Hidrográficas (RIO RURAL-BIRD). **Relatório de Atividades Programa Rio Rural**, p.3, 2018.

SCARASCIA, G. W. Apoio à Integração de Iniciativas Territoriais aos Projetos Comunitários Rurais nas Microbacias Hidrográficas do Projeto Desenvolvimento Rural Sustentável em Microbacias Hidrográficas (RIO RURAL-BIRD). **Relatório de Atividades Programa Rio Rural**, p.12-13, 2018.

SECRETARIA DE ESTADO DE AGRICULTURA,
PECUÁRIA, PESCA E ABASTECIMENTO DO ESTADO DO

RIO DE JANEIRO – SEAPPEC. **Programa Rio Rural:**

Desenvolvimento rural sustentável em microbacias

hidrográficas. [201?]. Disponível em:

<http://www.microbacias.rj.gov.br/pt/rio-rural>. Acesso em 02 de fevereiro de 2019.

SECRETARIA ESPECIAL DE AGRICULTURA FAMILIAR E

DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **Agricultura familiar do**

Brasil é 8ª produtora de alimentos do mundo. 2018. Disponível

em: <http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/agricultura-familiar-do-brasil-e-8-a-maiorprodutoradealimentosdomundo>. Acesso em 31

de janeiro de 2019.

SECRETARIA ESPECIAL DE AGRICULTURA FAMILIAR E

DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **O que é agricultura**

familiar? 2018. Disponível em:

< <http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/o-que-e-agricultura-familiar> > . Acesso em 31 de janeiro de 2019.