



VOZES da
AGRICULTURA
ecológica

Capítulo 20

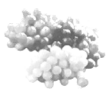
ANDREI SALVADOR
CARGNINO

Laércio Meirelles

janeiro, 2018



UVA



R\$

7,90

janeiro, 2018

Andrei Salvador Cargnino



Entro na Fruteira Ecológica e sinto-me invadido pelo doce sabor de uva madura espalhado pelo ar. Claro, estou em Caxias do Sul, Serra Gaúcha, em plena safra da uva. Berço da imigração italiana da segunda metade do século 19, a tradição da vitivinicultura veio junto com as famílias que atravessaram o oceano em busca de terra, trabalho e dignidade.

Estou aqui para conversar com Andrei Salvador Cargnino, 22 anos, filho da Arnete Salvador e do Ary Cargnino, criadores da Fruteira Ecológica, pioneira na comercialização de produtos ecológicos na cidade.

Arnete e Ary são naturais de Ipê e, quando agricultores, nunca embarcaram na onda dos agrotóxicos. Estabeleceram-se em Caxias do Sul quando casaram, em 1988, trabalhando no comércio. Mas não se desligaram da colônia, termo utilizado na região para designar a área rural. Mesmo vivendo na cidade, nunca compravam produtos com veneno. Nos finais de semana, percorriam os 70 quilômetros que os afastavam da terra natal para se abastecerem de produtos naturais e locais. Naquela época, meio sem saber, já desenhavam seu comércio, pois não era incomum voltarem com produtos do Ipê para venderem para alguns vizinhos que se interessavam.

Salete conta:

— *Casei, saí, mas nunca passei um fim de semana sem voltar para o Ipê. Nunca usei agrotóxico. Era até engraçado, pois íamos no mercado e Ary nem deixava o filho colocar a mão nas frutas, porque tinham veneno.*

No desejo de ter um negócio próprio e que os vinculassem à vida saudável que viviam na colônia, em 2002, Arnete decide começar um pequeníssimo comércio.

— *Usei o dinheiro das minhas férias para começar. Deixei meu emprego como vendedora em uma loja de roupas.*

Andrei conta que o pai, um ano depois, já largou o bom emprego de gerente no comércio para ajudar a mãe.

— *Em um ano a loja deslanchou!*

Foi nesse ambiente que Andrei cresceu. Pergunto pelas suas lembranças e ele fala que à tarde ficava na loja, já que estudava de manhã. Mas o sangue de comerciante gritava:

— *Eu tinha um caminhãozinho de madeira. Colocava feijão, umas frutas e ia vender do outro lado da rua, dez centavos mais barato.*

Andrei faz parte de uma geração que chama minha atenção. São filhos de agricultores ecologistas. Nesse caso, de comerciantes. Ele foi criado nesta perspectiva. É com ela que vê o mundo. Não “se converteu”, nem tão pouco precisou aprender a produzir ou se alimentar sem veneno. Para ele, o mundo é assim. Ao menos, até certa idade, ele achava que o mundo era assim.

— *Não existiu um momento no qual meus olhos brilharam. Eu cresci vendo a produção, me alimentando de produtos ecológicos, não tive que “mudar a cabeça”.*

Ary Cargnino, seu pai, faleceu em maio de 2016. Mas antes disso já começou a passar sua tarefa no negócio para o filho que, desde muito jovem, começou a trabalhar com o pai. Diz ele:

— *Sempre ajudei um pouco, mas sem maiores*

compromissos. Com 16 anos eu deixei a escolinha de futebol onde treinava. Pensei: o que quero com isso? O futebol não é minha praia. Na verdade eu sempre fui sustentado pela fruteira, tinha que me envolver.

Recordo-me que conheci o Andrei em uma tarde que ele estava buscando produtos na casa de um agricultor, Darcy Piquete, em Ipê. Soube que ele era filho do Ary e perguntei se gostava de fazer o que fazia. A resposta:

— *Não sei fazer outra coisa, tenho que gostar* – disse, soltando uma boa gargalhada.

Repito que há uma coisa diferente aqui. Uma geração que foi criada neste ambiente que antes era visto como “alternativo”. Sinto o tal do “alternativo” sendo o natural para muitos deles e uma esperança brota espontânea, tirando um sorriso com ar de vitorioso do meu rosto.

Gerenciar a compra junto aos fornecedores é uma das obrigações que Andrei recebeu do pai, já aos 18 anos. Principalmente dos produtos orgânicos, que compõem a imensa maioria dos 2200 itens oferecidos na loja. Andrei fala com orgulho que herdou do pai uma boa relação com os produtores. Tem mais de 300 contatos e consegue um equilíbrio entre atender os interesses do negócio e diversificar a compra entre as famílias da região que produzem de forma ecológica. Com algumas faz acordo de entrega semanal. Em alguns casos, chega a comprar quantidades superiores à necessidade da loja, “para não deixar o agricultor na mão”:

— *Com a diversidade de fornecedores e a boa relação com as famílias agricultoras tenho uma grande oferta de produtos. Preocupo-me, também, em ter bons preços para os consumidores, mas sem explorar os produtores.*

Esse assunto do preço me interessa. Afinal é uma das questões permanentemente levantadas quando o assunto alimentos ecológicos vem à tona. Existe um senso comum, e ninguém opinaria contra, que os produtos de melhor qualidade

nutricional deveriam ser acessíveis a toda população e não apenas a uma elite econômica que possa pagar mais por eles.

Por outro lado, existe um desejo de valorizar, através de um bom preço, o esforço dos produtores em utilizar de uma tecnologia de produção que recebe significativamente menos apoio por parte das políticas públicas ou da pesquisa agropecuária. Com menos informação disponível, natural que nem todo conhecimento acumulado no campo da produção ecológica esteja acessível a determinadas famílias produtoras.

Com menos informação, o custo de produção pode ser maior do que seria com todo o leque de possibilidades técnicas da produção ecológica ao alcance de quem produz. Sendo isso verdade, um sobrepreço se justificaria.

O desejo de valorizar o esforço do agricultor e a relativa falta de informação não são as únicas variáveis que determinam o preço do produto ecológico. A logística de transformar, embalar e, principalmente de distribuir, muitas vezes encarecem o produto, já que os baixos volumes de um mercado ainda incipiente tendem a aumentar esses custos.

Existe um outro ponto importante. Os preços dos alimentos convencionais são fortemente subsidiados. E a produção altamente contaminante, gerando custos ambientais que, não sendo computados no preço ao consumidor, acabam por onerar o contribuinte. Se a variável ambiental fosse incorporada ao preço dos alimentos, em função da forma como são produzidos, os produtos com agrotóxicos custariam mais.

Ainda vou elencar aqui mais uma razão, ou falsa razão, para os produtos ecológicos serem vistos como mais caros. As comparações não raro são injustas. Compara-se um molho de tomate produzido sem amido de milho, portanto, com muito mais tomate, com outro que é “engrossado” com espessante.

Existem outros aspectos a serem considerados para entender o preço dos produtos ecológicos, na verdade, muitos outros. É verdade, por exemplo, que alguns produtores buscam

ver todo seu esforço valorizado no preço e, com isso, seus produtos tornam-se muito caros. Aqui vejo um equívoco, pois é conhecimento antigo que preço e valor nem sempre andam de mãos dadas.

Andrei não desconhece que os preços devem estar dentro de uma margem que seja bem aceita pelos seus clientes. A Fruteira Ecológica tem suas estratégias para isso. Uma delas é buscar boa parte dos produtos frescos na casa dos produtores.

— *Encosto no porão do produtores e eu mesmo carrego tudo. Por vezes, pego de vários produtores em um mesmo local, barateando o custo.*

Andrei afirma que os preços no seu negócio são razoáveis quando comparados a outras lojas similares. Um pouco superiores aos praticados na feiras livres, mas muito mais baratos do que aqueles que se pode encontrar nos produtos ecológicos nas prateleiras de redes de supermercados.

Quando se trata da percepção do cliente sobre os preços da loja, Arnete tem clareza:

— *Os mais conscientes nem olham muito o preço. Hoje de manhã, veio uma senhora comprar um abacate, que chegou pelo circuito de comercialização da Rede Ecovida de Agroecologia, e me disse que nem lhe interessava o preço, que lhe importava o marido não se intoxicar com o que comia.*

Andrei ouve e aproveita para comentar que a mãe é a identidade do negócio, ela que faz a loja ficar como está, ser o que é, a concepção do negócio é dela. Ela sabe que determinado produto em um lugar vende mais que em outro. E os clientes gostam de conversar com ela, eles vêm atrás da Arnete.

— Qual o horário de trabalho dela?

— *O dia todo...*

Volto ao que Andrei dizia, que buscar um preço justo para o consumidor não pode levar a comprimir muito o que é pago a quem produz.

— *Existe uma preocupação em pagar bem aos produtores.*

Às vezes, eu mesmo aumento o preço dos produtos de algumas famílias com as quais tenho confiança. Não adianta pagar pouco e ganhar dinheiro em cima, preciso deles felizes para eu estar bem!

Gosto de conversar com Andrei. Jovem, entusiasmado, empreendedor. Quero saber mais sobre como ele vê este mundo dos produtos ecológicos, como ele enxerga o seu negócio. Ele conta que sente que a procura não para de aumentar, também porque a mídia hoje ajuda muito, sempre pautando o tema. E que considera fundamental a loja manter algumas características. O que ele fala encaixa-se na minha percepção sobre a comercialização de produtos ecológicos.

— Laércio, você chegou eu estava tomando café com meu fornecedor de brotos, em pé, no meio da loja. Tinha umas caixas, também no meio da loja, e minha mãe conversando com um cliente. Todos os dias passa na minha cabeça: devo ajeitar tudo? Não vou! Tenho medo de perder a essência da loja. Tive que ter nota eletrônica. Tá bom, mas na frente do cliente faço a conta em calculadora primeiro, logo após tiro as notas. Sinto que usar a calculadora dá mais proximidade com o antigo, com o cliente, e faço, mesmo tendo trabalho duplo. Sei que algumas coisas tenho que organizar, mas não vou mexer em tudo e perder a essência. Tenho medo de fazer mudanças a mais e perder a alma. É inexplicável, mas essa essência eu não reponho como um produto, se perder já era, então não quero ajeitar tudo e perdê-la.

Admiro e concordo com sua percepção. Negócios também têm alma...

Seguimos nessa conversa da essência da loja.

— Nós gostamos de vender comida. Priorizamos cenoura, beterraba, batata, farinha de milho para polenta, feijão. Não queremos focar nos complementos alimentares que são comumente vendidos hoje. Algo mais sempre tem, mas nosso foco é comida. Nos bairros onde as pessoas vieram do interior

valoriza-se muito a comida.

Andrei fala e penso em todo esse assunto da “comida de verdade”, cada vez mais considerada um elemento fundamental para uma boa e saudável alimentação.

— O cliente gosta de saber que fomos no domingo colher junto com os agricultores, ou que vamos no interior buscar os produtos sempre que precisamos. Eles sentem como se nossos produtos fossem mais autênticos.

Ele conta feliz da relação que tem com seus clientes. Fecharam a loja no período entre o Natal e o Ano Novo. Na reabertura da loja, o primeiro cliente que entra se manifesta:

— Graça a Deus vocês voltaram, fiquei sem comer verdura esses dez dias, porque vocês não estavam aí!

Mesmo com uma rotina de intensas atividades, Andrei encontra tempo para estudar. À noite, algumas cadeiras por semestre. Estava fazendo Agronomia na Universidade de Caxias do Sul (UCS), já no sétimo semestre, mas decidi trocar para Administração. Estava desgostoso por ouvir falar de veneno o tempo todo:

— Mas isso eu já sabia. Vi a grade curricular e das 66 cadeiras só uma tocava na produção ecológica. Mas além disso, estava já no sétimo semestre e ouvia muito pouco sobre produção e só se falava em soja, cana, milho, transgênicos. Infelizmente a universidade forma técnicos para trabalhar para grandes áreas ou grandes empresas. Acho que o curso de Administração vai me ajudar mais no meu trabalho.

Pergunto se ele sente algum tipo de discriminação na Universidade por trabalhar dentro da área da Agricultura Ecológica. Ele afirma que pelo contrário, acha até que desperta um interesse positivo:

— Se apareço na UCS com a camisa da loja dá até um certo status, principalmente para os jovens. O agricultor jovem tem admiração por esse tipo de trabalho, não acho que discrimina.

Há menos de um ano, abriram outra loja, com um sócio. Estão animados com o resultado até aqui. Mesmo tendo sido um ano difícil, a filial já se pagou e o aumento no faturamento tem sido de 6% ao mês.

Jogo a conversa para os próximos passos, breves, não quero perguntar sobre o futuro para um jovem de 22 anos.

— *Eu não quero fazer outra coisa. Quero me profissionalizar para trabalhar com a loja. Não me vejo numa empresa com salário fixo. Eu gosto da incerteza. Prefiro ficar na angústia de saber se determinada iniciativa dará certo ou não. O fixo para mim não serve.*

Mais uma vez identifico-me com o Andrei. A incerteza para mim sempre funcionou como um consolo e não como fonte de angústia.

Mesmo que não verbalize desta forma, Andrei já se sente no futuro. Fala de um amigo, dono de bons mercados na cidade, que o visitou e gostou muito do que viu. Andrei garante ter visto um brilho no seu olhar quando ele falou:

— *Que coisa bonita, isto aqui é o futuro!*

Pergunto se pensa em uma terceira loja.

— *Uma terceira loja não está no radar, mas melhorar estas duas sim. Uma terceira loja já vira rede, vai precisar de uma estrutura que ainda não temos e que não sei se queremos. Posso perder nossa alma.*

Viro a pergunta para Arnete.

— *Isto aqui é minha paixão, não quero largar nunca. Quando eu trabalhava no comércio, nunca consegui gostar. Ouvia os outros falarem que gostavam e eu tinha até inveja. Agora entendo o que é trabalhar gostando do que se faz.*

Sinto a emoção do Andrei ouvindo a mãe. Ouço ele dizer.

— *Muita gente vem aqui comprar porque os filhos têm alergia, crianças de dois, três anos. Aí eu pego um tomate e dou para ela, com consciência tranquila, “pega, pode dar para teu filho este tomate.”*

Durante toda a conversa, fiquei lembrando do Ari e seu envolvimento no trabalho com a comercialização de produtos ecológicos. Deixo aqui meu sentimento de respeito ao seu pioneirismo. Ele e Arnete fizeram essa aposta quando ainda poucos acreditavam em sua viabilidade. Sei que de onde ele está acompanha com prazer a continuidade que Andrei tem dado ao trabalho que ele tanto se dedicou.

