



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
GEOGRAFIA**



**COMERCIALIZAÇÃO DOS ALIMENTOS AGROECOLÓGICOS E
ORGÂNICOS NOS CIRCUITOS CURTOS EM ARACAJU/SE**



LETÍCIA MENEZES SANTOS

**Cidade Universitária Professor José Aloísio de Campos
São Cristóvão/SE
2022**

LETÍCIA MENEZES SANTOS

**COMERCIALIZAÇÃO DOS ALIMENTOS AGROECOLÓGICOS E ORGÂNICOS
NOS CIRCUITOS CURTOS EM ARACAJU/SE**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe – PPGEO/UFS – como requisito obrigatório para a obtenção do título de Mestre em Geografia, sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Sônia de Souza Mendonça Menezes.

Cidade Universitária Professor José Aloísio de Campos
São Cristóvão/SE
2022

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Sônia de Souza Mendonça Menezes
Orientadora – PPGeo/UFS

Prof. Dr. Vilomar Sandes Sampaio
Membro Externo – PPGeo/UFSB

Prof.^a Dr.^a Maria Augusta Mundim Vargas
Membro Interno – PPGeo/UFS

Leticia Menezes Santos
Mestranda

Defendida em 22/08/2022

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

S237c Santos, Letícia Menezes.
Comercialização dos alimentos agroecológicos e orgânicos nos
circuitos curtos em Aracaju/SE / Letícia Menezes Santos ;
orientadora Sônia de Souza Mendonça Menezes. – São Cristóvão,
SE, 2022.
126 f.; il.

Dissertação (mestrado em Geografia) – Universidade Federal
de Sergipe, 2022.

1.Geografia econômica. 2. Ecologia agrícola. 3. Agricultura
familiar. I. Menezes, Sônia de Souza Mendonça, orient. II.Título.

CDU 911.3:33

**Dedico a todas as agricultoras e a todos os agricultores familiares
camponeses, que dedicam suas vidas à arte de produzir e
comercializar alimentos saudáveis, que respeitam a terra e o
homem por acreditarem em um mundo mais justo.**

AGRADECIMENTO

Agradeço a Deus, sustento da minha alma, por guiar meus passos nesta caminhada, sendo minha base e sustento em cada momento da minha vida.

Aos meus queridos e amados pais José de Jesus e Laura por acreditarem em mim, orientando-me e incentivando-me a realizar meus sonhos; também, pela paciência com minha ausência e pela dedicação e carinho incessantes.

A meu esposo Willie, que nunca me permitiu deixar de sonhar, sempre me incentivando a seguir na minha caminhada acadêmica. Obrigada pelo companheirismo ao longo desta jornada, por estar nos momentos mais difíceis e por fazer parte das minhas conquistas.

Aos meus irmãos Diana, Anderson, Ledian e Suelaine e cunhados Clarissa, Luiz Paulo e Luiz Felype pelo companheirismo, presenças constantes em minha vida, sempre torcendo e emanando energias positivas. Às minhas sobrinhas Anna Clara, Ana Luiza e Julya (minha Dinda), por me amarem tanto e aceitarem minha distância, mesmo quando ligavam e pediam para eu ir à casa da vovó para brincar.

À minha professora e orientadora, Prof.^a Dr.^a Sônia de Souza Mendonça Menezes, pela amizade, oportunidade, paciência, valiosa orientação e conhecimento compartilhado; e ainda por despertar em mim o interesse pela investigação dos Circuitos Curtos de Comercialização Agroecológica. Sua orientação e ensinamentos foram imprescindíveis para meu crescimento.

À coordenação do PPGeo/UFS pelo compromisso e zelo na condução do Programa de Pós-graduação em Geografia e aos professores pelas enriquecedoras discussões e pelo conhecimento geográfico compartilhado nas aulas. Aproveito o ensejo para agradecer também ao secretário do PPGeo, Jobson, que sempre se colocou à disposição, estando presente para auxiliar os alunos nesta jornada.

Agradeço aos professores do Departamento de Geografia – DGE/UFS pela minha formação acadêmica durante o período da graduação, contribuindo para além do conhecimento.

Aos membros da banca examinadora, Dr.^a Maria Augusta Mundim Vargas, Prof. Dr. Vilomar Sandes Sampaio, pela disponibilidade e dedicação na avaliação desta dissertação. E ao Prof. Dr. Adriano Rodrigues de Oliveira pela contribuição na qualificação do mestrado.

Ao Grupo de Pesquisas sobre Alimentos e Manifestações Culturais Tradicionais – GRUPAM – pela possibilidade de ampliação do conhecimento, proporcionando pertinentes discussões teóricas, bem como compartilhando experiências resultantes das pesquisas científicas. De maneira especial, sou grata a cada membro do GRUPAM pelo incentivo, pelas

palavras de motivação e pelo companheirismo prestados nesta caminhada. Saibam que cada um de vocês mora em meu coração.

A Greizi, Paulo Adriano, Natan, Lucas Feitosa, Dayane e Vanessa por sempre disponibilizarem tempo e por me concederem sugestões ao longo da construção da dissertação. A amizade e a disposição para ouvir, sempre me ajudando, tornaram a caminhada mais leve.

A Claudionete por ser tão especial em minha vida e nesta caminhada acadêmica, uma amiga que Deus me deu na graduação e no PIBID. Saiba que suas palavras de incentivo foram calorosas e cruciais. Obrigada por sempre estar pronta para me ouvir, animar, incentivar, e, principalmente, por não me deixar esquecer de Deus no meio de tantos afazeres.

A Leylane, amiga e incentivadora de sempre, que mesmo seguindo o Brasil afora, parava para saber como eu estava e sempre me lembrava de que em breve eu colheria os frutos desta jornada.

A Rede Formiguinhas, amigos queridos do mestrado (Felipe, Fernanda, Ivia, Josiene, Kelly, Cecília, Victor e Thiago), que, mesmo em meio à pandemia da COVID-19, cada um em sua casa, incentivavam-me e se colocavam à disposição nos momentos de dúvida e angústia. Meu muito obrigada por fazerem parte da minha história.

A Idelvanete por não me deixar me afastar de Deus, sempre trazendo palavras de carinho, força e fé. Muito obrigada.

Às minhas tias São Pedro e Maria, às minhas primas Adelaine e Rosângela pelo incentivo e carinho, não me deixando faltar apoio e boas energias.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, órgão viabilizador da pós-graduação no Brasil, pelo financiamento da bolsa de estudos de mestrado.

A todos, o meu muito obrigada!

Tudo aconteceu num certo dia
Hora de Ave Maria, o universo vi gerar
No princípio o verbo se fez fogo
Nem atlas tinha o globo
Mas tinha nome e o lugar
Era Terra, Terra
Terra, Terra
E fez o criador a natureza
Fez os campos e florestas
Fez os bichos, fez o mar
Fez por fim, então, a rebeldia
Que nos dá a garantia
Que nos leva a lutar
Pela Terra, Terra
Terra, Terra
Madre terra nossa esperança
Onde a vida dá seus frutos
O teu filho vem cantar
Ser e ter o sonho por inteiro
Ser sem-terra, ser guerreiro
Com a missão de semear
À Terra, Terra
Terra, Terra
Mas apesar de tudo isso
O latifúndio é feito um inço
Que precisa acabar
Romper as cercas da ignorância
Que produz a intolerância
Terra é de quem plantar
À Terra, Terra
Terra, Terra

**Canção da Terra
(O Teatro Mágico)**

RESUMO

Nas últimas décadas, tem crescido o número de agricultores familiares camponeses envolvidos na construção de novas alternativas agroalimentares que respeitam não só o meio ambiente, mas também os saberes tradicionais. Além do aumento dos cultivos, observa-se, também, o surgimento de diferentes espaços alternativos para a comercialização dos alimentos. Tais estratégias fortalecem a diversificação da produção agrícola, assim como contribuem para a autonomia, soberania e segurança alimentar nutricional dos agricultores. Considerando a situação atual da realidade praticada pelos povos tradicionais, pelos movimentos sociais, que lutam pela terra e pelos debates acadêmicos propostos por profissionais da área, a agroecologia pode ser definida como um movimento contra hegemônico, numa perspectiva transdisciplinar, que vai muito além da aplicação de técnicas sustentáveis para geração de recursos, tendo em vista incluir, também, princípios que integram homem e natureza. Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar a relevância e a dinâmica social, cultural e econômica dos agricultores familiares camponeses nos circuitos curtos de comercialização de produtos agroecológicos e orgânicos em Aracaju – SE. Para desenvolver este estudo, foi realizada a revisão bibliográfica com a leitura de teses, dissertações, livros e artigos científicos que abordam a produção agroecológica e os circuitos curtos de comercialização. Além da revisão bibliográfica, também realizamos pesquisa documental utilizando as bases e os documentos oficiais. De forma concomitante, foi efetivada a pesquisa de campo nas feiras agroecológicas e nos mercados municipais, utilizando-se, como mecanismo, a observação participante, o registro fotográfico, o diário de campo e a entrevista semiestruturada, seguida da sistematização e da análise dos dados coletados. Ao considerar os resultados desta pesquisa, podemos concluir que a agroecologia avança no campo e na cidade. A necessidade de uma agricultura sustentável instiga o homem a buscar novas estratégias para promover cultivos sustentáveis, “socialmente justo”, “economicamente viável” e “ecologicamente equilibrado”. Neste sentido, a agricultura agroecológica e orgânica praticada pelos agricultores familiares camponeses em Sergipe se apresenta como alternativa viável para cultivar alimentos, alicerçada por saberes e fazeres transmitidos por diferentes gerações, às quais contribuem na construção de novas formas de relações socioambientais, baseadas na cooperação, na solidariedade e no respeito à vida. Ademais, nos circuitos curtos, constata-se a demanda dos consumidores por esses alimentos nos espaços de comercialização e, na atualidade, por meio das redes sociais ou dos mercados digitais, mantem-se o fortalecimento dos laços entre campo e cidade, a visibilidade dos grupos familiares, das associações, a efetiva atuação das redes de agricultores aos movimentos sociais e constatou-se a relevância da agricultura agroecológica e orgânica para a reprodução social destes agricultores familiares camponeses.

Palavras-chave: Agroecologia. Agricultores familiares camponeses. Circuitos curtos.

ABSTRACT

Over the last decades, it has been grown family farmers involved in raising new agri-food alternatives that takes in consideration not only environment but also traditional knowledge. Besides tillage increase, there is also observed varied alternative places for these food marketing. Such strategies reinforce agricultural production diversification, and so contribute to autonomy, sovereignty and food security of farmers. Noticing the current practice reality of traditional people, social movements that struggles for land and academic discussions of specialized professionals, agroecology, at a transdisciplinary perspective, can be defined as a contra hegemonic movement, beyond sustainable techniques for producing resources, including values that integrates man and nature. This paper aims to analyze the relevance and social context, culture and economy of the family farmers on short circuits marketing of agroecological and organic products in Aracaju/SE. The development of the research was stablished by bibliographical review in thesis, dissertations, books and scientific articles that address agroecological production and short circuits of marketing. In addition to bibliographical review, we proceed research in official documents databases. Concurrently to field research on agroecological fairs, municipal markets through participant observation, photographic registry, field journal and semi structured interview followed by systematization and collected data analyses. Considering this research results, we conclude that agroecology is increasing on countryside and city. The need of a sustainable agriculture leads man to search new strategies to promote sustainable tillage, “socially fair”, “economically possible” and “ecologically balanced”. In that regard, agroecological and organic agriculture of the family farmers of Sergipe shows itself as a possible alternative to food growing based on knowledge end knowhow through different generations and contributes to building up new ways of socioenvironmental relation, made on cooperation, solidarity and life respect. Furthermore, in short circuits, it is noticed a demand of consumers for that kind of food on market places, social medias or digital market, the strengthen of countryside and city brotherhood, the visibility of families, associations, family farmers network and social movements and the relevance of agroecological and organic agriculture to social development of these family farmers.

Key words: Agroecology; Family farmers; Short circuits.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Encadeamento metodológico da pesquisa	28
Figura 2 – Atores do sistema agroalimentar na transição agroecológica	58
Figura 3 – Tipos de circuitos curtos de comercialização de alimentos orgânicos e agroecológicos	62
Figura 4 – Selo de Orgânico pelo Sistema Participativo (1), e Certificação por auditoria nos produtos orgânicos (2) e Declaração de Cadastro de Produtor Vinculado a OCS (3)	67
Figura 5 – Bancas na feira e Banner exposto com a história da Feira Saudável, 2022	72
Figura 6 – Cultivos de alfaces agroecológicos e orgânicos do agricultor Delson, 2021	74
Figura 7 – Feira agroecológica que ocorre no espaço da Ágape e espaço <i>Naturalis Fit</i> , 2021...	75
Figura 8 – Feira Sobre Rodas da Agricultura Familiar agroecológica no parque Augusto Franco (Parque da Sementeira), 2020	76
Figura 9 – Feira da Agricultura Familiar agroecológica no parque Augusto Franco (Parque da Sementeira) 2020	78
Figura 10 – Produção do Movimento Camponês Popular, comercializado no espaço do Recanto Camponês, 2021	80
Figura 11 – Circuitos Curtos de Comercialização	82
Figura 12 – Pratos produzidos com alimentos agroecológicos e orgânicos, Restaurante Ágape, 2021	83
Figura 13 – Página do <i>Instagram</i> do Delson dos Orgânicos, 2021	86
Figura 14 – Página do <i>Instagram</i> e site da Rede Balaio, 2021	88
Figura 15 – Linha do tempo da Rede de Agroecologia Plantar para a Vida	90
Figura 16 – Página do <i>Instagram</i> da Rede Plantar para a Vida, 2021	92
Figura 17 – Programação dos dias e rota das entregas realizadas pela COPERSUS Sergipe, 2021	95
Figura 18 – Produção do Movimento Camponês Popular, comercializado no espaço do Recanto Camponês, 2021	98

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 – Mapa de localização da área de estudo - Aracaju/SE, 2021	24
Mapa 2 – Feiras e mercados Aracaju/SE – 2021.....	23
Mapa 3 – Distribuição espacial dos agricultores familiares camponeses com produção agroecológica certificada no estado de Sergipe, 2022	70
Mapa 4 – Distribuição espacial dos agricultores familiares camponeses que fornecem alimentos agroecológicos para a Rede em Sergipe, 2021	87
Mapa 5 – Distribuição espacial dos agricultores familiares camponeses que fornecem alimentos agroecológicos para a Rede Plantar para a vida, 2021.....	91
Mapa 6 – Distribuição espacial dos agricultores familiares camponeses que fornecem alimentos agroecológicos para a COOPERSUS, 2022	94
Mapa 7 – Distribuição espacial dos agricultores familiares camponeses que fornecem alimentos agroecológicos para o Recanto Camponês, 2021	97

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Distribuição espacial dos agricultores familiares camponeses com OCSs, OPACs e Certificadoras do estado de Sergipe, 2022	71
Tabela 2 – Alimentos comercializados por mês, no período de agosto de 2020 a fevereiro de 2021	119

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Principais diferenças entre sistema convencional e orgânico	45
Quadro 2 – Sistemas agroalimentares convencionais e as redes agroalimentares alternativas	57

LISTA DE GRÁFICO

Gráfico 1 – Aracaju/SE, população residente e proporção urbana e rural (1970-2010)	22
Gráfico 1 – Periodicidade dos alimentos agroecológicos e orgânicos ao longo do ano, 2020 e 2021	79

LISTA DE SIGLAS E ABREVIACÕES

AEASE – Associação dos Engenheiros Agrônomos do Estado de Sergipe
ASPOAGRE – Associação dos Produtos Orgânicos do Agreste
CCC – Circuito Curto de Comercialização
COOPERSUS – Cooperativa de Produção Familiar Sustentável de Sergipe
DPDAG/SFA – Divisão da Política, Produção e Desenvolvimento Agropecuário
EMDAGRO – Empresa de Desenvolvimento Agropecuário de Sergipe
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IFOAM – Federação Internacional dos Movimentos da Agricultura Orgânica
MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
OCS – Organização de Controle Social
OPAC – Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade
PPGEO/UFS – Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe
PRODEMA – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEED – Secretaria da Educação
SEIDH – Secretaria de Estado da Mulher, Inclusão, Assistência Social do Trabalho e dos Direitos Humanos
SEMARH – Secretaria de Estado do Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos
SisOrg – Sistema Brasileiro de Avaliação de Conformidade Orgânica
SPG – Sistema Participativo de Garantia
UFS – Universidade Federal de Sergipe
SINDIVEG – Sindicato das Indústrias de Defensivos Agrícolas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	18
2. É ESSA AGRICULTURA QUE NOS ALIMENTA?	32
2.1 Alimentos ou commodities?	33
2.2 Alimentos orgânicos e agroecologia: uma nova/velha proposta de fazer agricultura	42
2.2.1 Agricultura agroecológica	49
3. CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO AGROECOLÓGICA E ORGÂNICA	53
3.1 Certificação orgânica nos circuitos curtos de comercialização	64
3.2 Tipos de Selos de Certificação Orgânica	67
4 NO CAMPO OU NA CIDADE, TODOS TÊM DIREITO À COMIDA DE VERDADE: COMERCIALIZAÇÃO AGROECOLÓGICA EM ARACAJU	68
4.1 Produção agroecológica e orgânica em Sergipe	69
4.2 A comercialização de alimentos agroecológicos em Aracaju	75
4.3 Agricultura familiar camponesa e as novas relações de produção e comercialização durante a pandemia da Covid-19	81
4.4 Agricultores agroecológicos e orgânicos e redes sociais criadas para comercialização de alimentos	86
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	100
REFERÊNCIAS	104
APÊNDICES	112
Apêndice 1. Roteiro de pesquisa semiestruturado para entrevista com os produtores	113
Apêndice 2. Roteiro de pesquisa semiestruturado para entrevista com os consumidores	115
Apêndice 3. Termo de consentimento e de livre esclarecimento	117
Apêndice 4. Tabela 2 – Alimentos comercializados por mês, no período de agosto de 2020 a fevereiro de 2021	119

1. INTRODUÇÃO



1. INTRODUÇÃO

No Brasil, observa-se na atualidade o domínio do modelo de agricultura, fundamentado no desenvolvimento dos sistemas de produção agrícola, o qual utiliza pacotes tecnológicos voltados para o aumento da produtividade dos cultivos, o uso demasiado de agrotóxicos e fertilizantes, bem como de sementes geneticamente modificadas, aliadas ao uso da mecanização. Tal paradigma foi incentivado pelo Estado, resultando na expansão das fronteiras agrícolas, na transformação do espaço rural e provocou a intensa migração, além de interferir na alteração da produção agrícola direcionada ao mercado externo.

Em contraposição a esse paradigma de desenvolvimento da agricultura brasileira, diversos movimentos sociais, de origem camponesa, associações, cooperativas, Ongs, redes, espaços acadêmicos, organizações da sociedade civil e consumidores passaram a debater novas alternativas de produção alimentar. Neste sentido, autores, como Niederle e Almeida (2013), ressaltam que, após a década de 1980, as críticas ao modelo alimentar convencional proporcionaram um olhar para os sistemas de produção alternativos, como a agricultura orgânica e agroecológica. Surgem, então, organizações e cooperativas que visam cultivar alimentos com o intuito de valorizar a saúde de quem produz e a dos consumidores, além de proporcionarem qualidade de vida aos envolvidos. Nota-se que, nas últimas décadas, há o crescimento de agricultores familiares camponeses¹ envolvidos na construção de novas alternativas de produção alimentar, que respeitam não só o meio ambiente, mas também os saberes tradicionais, por meio da produção dos alimentos agroecológicos. Bertoni e Menezes (2022, p. 110) aludem o crescimento dos cultivos agroecológicos “Como uma contra ofensiva” diante do avanço do agronegócio[...]sustentável, livre de aditivos químicos, uso de tecnologias sociais e sementes crioulas”.

A comercialização desses alimentos constitui para as famílias envolvidas uma oportunidade de se manterem no espaço rural e de desenvolverem uma produção agrícola que

¹“Cuando afirmamos que la agricultura familiar es campesina, nos estamos refiriendo a la agricultura de base familiar, cuya renta total es producida predominantemente por el trabajo de los miembros de la familia. En este criterio estamos determinando la condición de clase social para delimitar el concepto. La agricultura de base familiar es campesina exactamente por distinguirse de la agricultura capitalista. El concepto de campesinado nació antes de la existencia del capitalismo, de modo que esta relación social y forma de organización del trabajo y de la producción puede ser familiar, comunitaria, asociativa, cooperativa, pero nunca es capitalista. Cuando una familia tiene la plusvalía como su principal fuente de renta, ella deja de ser campesina para transformarse en capitalista” (FERNANDES, 2014, p. 20).

proporcione a preservação do meio ambiente, assim como a autonomia sobre o que eles cultivam, preços mais justos, do mesmo modo a valorização do trabalho familiar e dos conhecimentos e saberes tradicionais.

Atualmente, a agroecologia tornou-se um horizonte em que diferentes povos organizados busca uma forma diferente de perceber e gerir a agricultura. A ecologia agrícola emerge, no final do século XX, em contraste com as formas de produção que convertem os recursos dos ecossistemas naturais em meras mercadorias e, portanto, produtos e sistemas de produção de alimentos em mercados para comercialização sem fim.

Para Altieri (2012), agroecologia é uma ciência ou disciplina científica cuja definição baseia-se em um conjunto de princípios destinados a estudar, a analisar e a avaliar ecossistemas agrícolas que facilitem a implantação e o desenvolvimento de outro modelo de agricultura. Conforme o estudioso, a agroecologia provê a base científica para apoiar a transição da agricultura sustentável em suas diversas formas e/ou denominações. Acerca disso, Gliessman (2002) aborda o conceito de agroecologia em relação ao mecanismo de aplicação dos conceitos e dos princípios da ecologia na gestão e no esboço de agroecossistemas sustentáveis.

Considerando a situação atual da realidade praticada pelos povos tradicionais, pelos movimentos sociais, que lutam pela terra e pelos debates acadêmicos propostos por profissionais da área, a agroecologia pode ser definida como um movimento contra hegemônico, numa perspectiva transdisciplinar, que vai muito além da aplicação de técnicas sustentáveis para geração de recursos, tendo em vista incluir, também, alimentos, energia, biomassa e outras matérias-primas, com base em princípios que integram homem e natureza. Trata-se de uma proposta de mudança e sua aplicação está vinculada ao sistema econômico e social. Para tanto, existem diferentes dimensões que devem ser levadas em conta: a escala, as dimensões: social, política econômica, os aspectos ambientais, energética, administrativa, técnica, ética e, ainda, a soberania alimentar. Tudo isso é uma proposição contra a hegemonia devido a conflitos com o agronegócio e, portanto, com o capitalismo (MACHADO; MACHADO FILHO, 2014).

A comercialização realizada pelos agricultores familiares camponeses é diferente da realizada pelo mercado convencional, pois possibilita a aproximação de forma direta com o consumidor, além de disponibilizar diversidade e qualidade dos alimentos que serão adquiridos. Esses espaços possibilitam relações de confiabilidade e sociabilidade entre quem

cultiva/comercializa e os consumidores, assim como segurança e autonomia aos agricultores familiares camponeses sobre o que está sendo ofertado.

Diante da ação dos movimentos sociais e das organizações comunitárias, formadas por agricultores familiares camponeses, nota-se o crescimento da produção e, por conseguinte, da comercialização de alimentos agroecológicos no território brasileiro. Assim como em outros estados, em Sergipe tem sido ampliado os espaços de produção e comercialização dos alimentos agroecológicos.

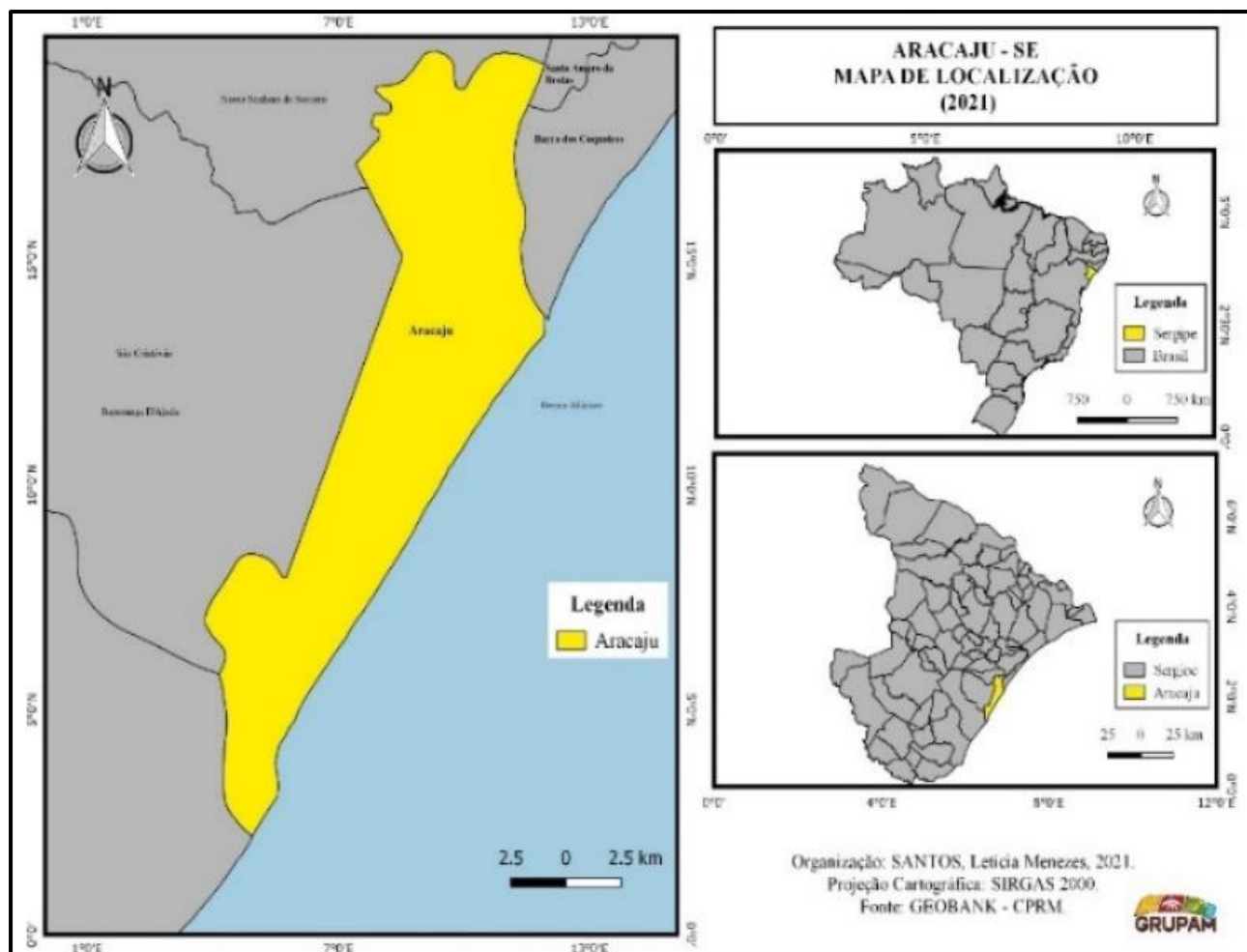
A predileção pelo recorte empírico na execução da pesquisa considerou a crescente comercialização de alimentos agroecológicos e orgânicos na capital sergipana e, conseqüentemente, o aumento na procura por esses produtos, nos diferentes espaços, sejam eles em feiras-livres, mercados municipais, empórios e em espaços privados que disponibilizam bancas para os agricultores familiares camponeses venderem seus produtos.

Outro fator fundamental para a pesquisa foi considerar que a produção desses alimentos comercializados em Aracaju é organizada principalmente por grupos, associações e cooperativas nos municípios sergipanos. Ademais, a comercialização busca priorizar os circuitos curtos, os quais são as formas diretas de comercialização entre agricultor e consumidor, evitando-se, assim, os atravessadores.

A capital sergipana está localizada na porção Leste do estado com uma área de 182,163 Km², situada numa zona intertropical, apresentando um clima quente e a presença bem definida de dois períodos, seco na primavera e verão, sendo chuvoso no outono e inverno (ARACAJU, 2014; IBGE, 2020).

Aracaju tem como municípios limítrofes (Mapa 1) Nossa Senhora do Socorro ao Norte, Santo Amaro das Brotas, Barra dos Coqueiros e o Oceano Atlântico ao Leste, Itaporanga d'Ajuda ao Sul, e, ao Oeste, limita-se com São Cristóvão; em relação às demais localidades, encontra-se ligada através da BR 235, que dá acesso à BR-101 (ARACAJU, 2014).

Mapa 1 – Mapa de localização da área de estudo - Aracaju/SE, 2021.

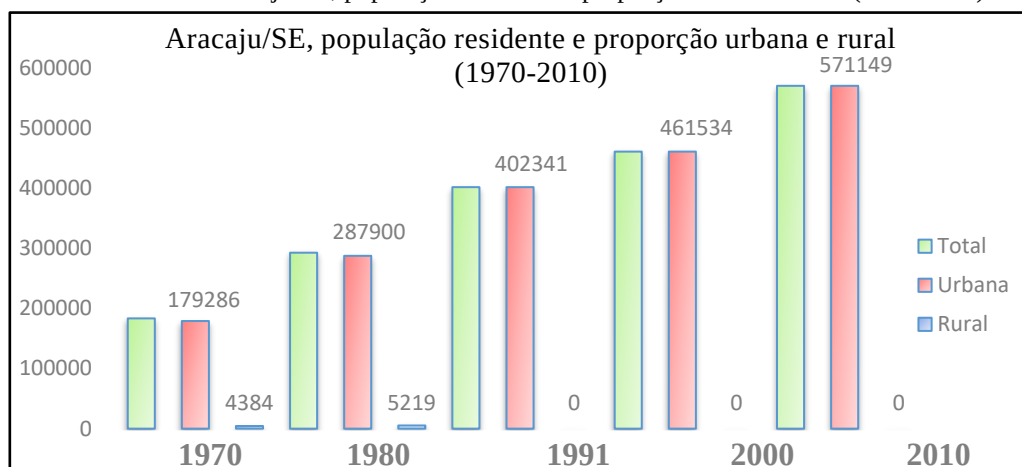


Fonte – Mapa de localização da área de estudo - Aracaju/SE, 2021.

Organização – SANTOS, Letícia Menezes.

A sua população ao longo dos anos, como mostra o Gráfico 1, de 1970 a 2010, teve um crescimento de 67,84% e, segundo o IBGE, estima-se que, em 2020, a população teve um acréscimo de 14,10% da população.

Gráfico 1 – Aracaju/SE, população residente e proporção urbana e rural (1970-2010).



Fonte – Censo demográfico, 1970-2010.

Organização –SANTOS, Letícia Menezes.

Em relação ao crescimento populacional, em Aracaju, de acordo com o Gráfico 1, a população rural em 1970 não chega a atingir os 3% dos habitantes, e, nas últimas décadas do século XX, o crescimento do número de residentes urbanos atingiu segundo o IBGE 100%. O crescimento urbano, está relacionado ao êxodo rural e às contínuas migrações da população dos municípios interioranos para a capital, principalmente, por manter a concentração das atividades secundárias e terciárias, incluindo, nessa dinâmica, os municípios metropolitanos.

O crescimento populacional e urbano é ocasionado pela favorável situação econômica, pelos investimentos realizados por parte do governo estadual. Na medida que ocorre a expansão do tecido urbano, novos bairros surgiram e, ao longo dos anos 1990, a cidade se destacou como centro comercial, político e econômico do estado de Sergipe (DINIZ, 2009).

Ao analisar os dados do gráfico 1, pode-se perceber a negação a respeito das atividades agrícolas presentes na zona de expansão de Aracaju, assim como a presença da agricultura urbana realizada pelos cidadãos. De acordo com Santana Filho (2010), essa ausência de dados mostra a contradição existente nos recortes desses espaços. Em sua pesquisa, o autor aponta que, apesar das grandes transformações causadas pela expansão imobiliária, ainda é possível encontrar a presença de áreas com plantios de frutíferas, ervas medicinais, hortaliças e criação de animais de pequeno ou grande porte, evidenciado com bovino confinado ou pastando nas ruas livremente.

Segundo Santana Filho (2010, p. 101), as práticas da agricultura urbana também são encontradas em outras localidades do município, dado o que ocorre nos “bairros Bugio, Jardim Centenário e Santos Dumont, por exemplo, que conservam costumes e hábitos

convencionalmente relacionados ao espaço rural, visíveis na paisagem urbana, através da presença frutíferas, criação de galinhas e de ervas medicinais”. Essas ações são restritas aos limites das residências, como os quintais, os jardins e as áreas laterais das casas, e apresentam-se como um hábito cultural e uma estratégia de complementação alimentar; além disso, é possível identificar nas feiras-livres da capital a venda desses alimentos.

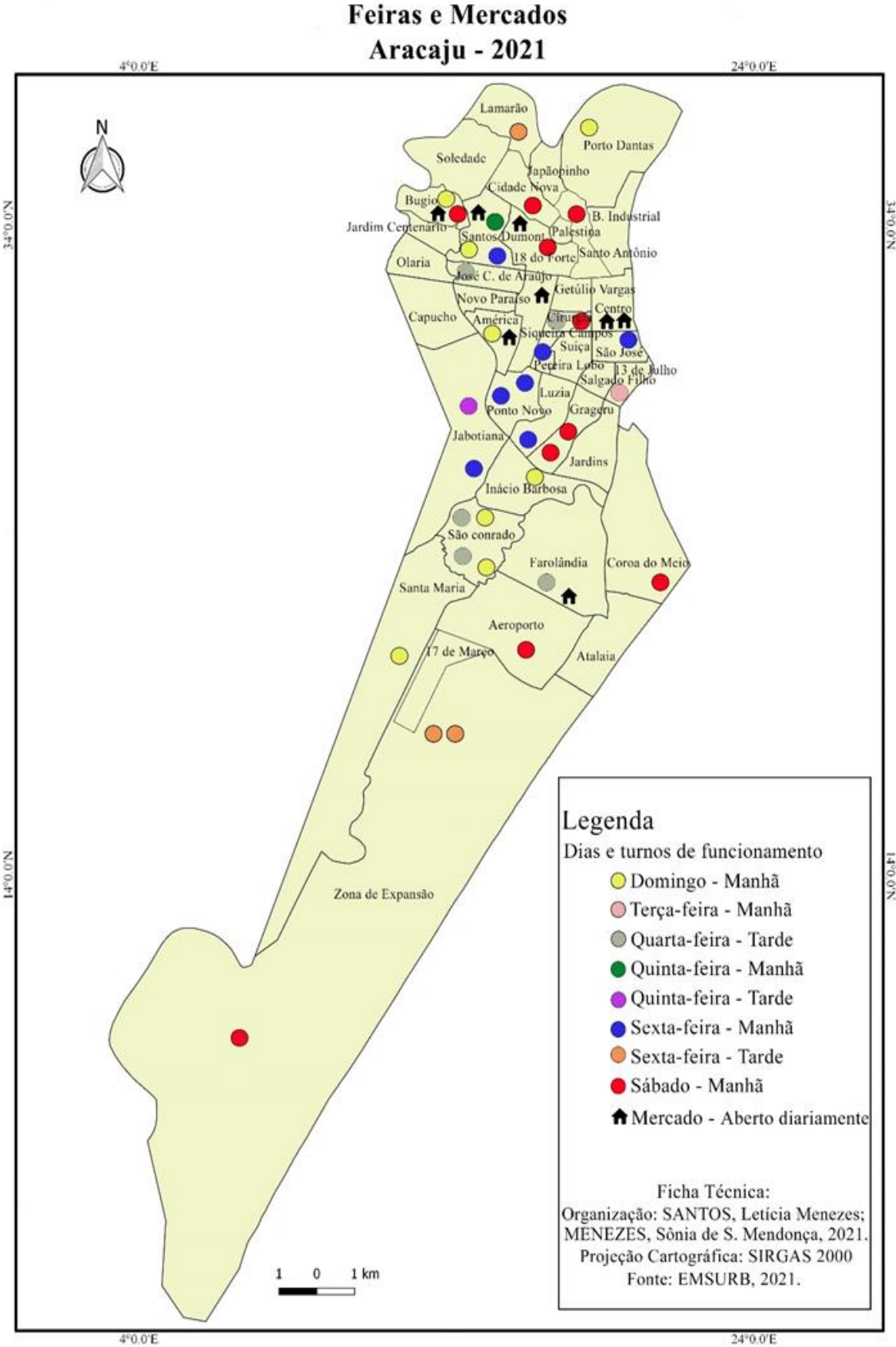
Nos bairros de Aracaju são realizadas 36 feiras-livres organizadas pela Prefeitura (Mapa 2), as quais são realizadas nos logradouros públicos, onde são expostos alimentos e outros produtos nos diversos bairros da cidade (MENEZES, 2021).

A periodicidade das feiras-livres depende do planejamento de cada município e de seus governantes. No caso dos bairros de Aracaju, essas comercializações acontecem em dias e turnos diferentes como foi retratado na Mapa 2. As feiras-livres transformam as ruas pacatas em grandes palcos para os vendedores dos mais diversos produtos.

Na atualidade, as feiras desenvolvem e estabelecem nos seus espaços dinâmicos produtivos relações comerciais dos mais variados tipos, podendo ser encontrados, para negociação, produtos da agricultura e da pecuária. O deslocamento dos comerciantes e dos consumidores, durante os dias de feiras, para adquirir e/ou comercializar as mercadorias, é a principal característica dessa atividade.

A relação estabelecida pelos comerciantes e pelos fregueses extrapola a ação de uma simples comercialização de mercadorias. Nas feiras, o espaço de vendas e trocas está dividido entre a produção e a reprodução de práticas sociais, tendo em vista o evento já fazer parte do cotidiano das pessoas, espaço onde se criam laços e histórias. Desse modo, isso significa dizer que essa relação é mais complexa do que pensa o senso comum.

Mapa 2 – Feiras e mercados Aracaju/SE – 2021



Nas feiras livres encontra-se uma diversidade de produtos comercializados pelos agricultores familiares camponeses, que são cultivados nos seus estabelecimentos rurais, e que são demandados pelos consumidores no cotidiano. De acordo com Menezes (2021) na feira convencional, é possível identificar para além dos produtos convencionais, várias barracas nas quais os agricultores familiares camponeses comercializam produtos orgânicos, aqueles agroecológicos e outros em transição. A autora constatou a aceitação e a procura por esses alimentos e a preferência dos consumidores por esses alimentos a exemplo de uma banca de agricultores do município de Campo de Brito, assim retratado:

[...] Inicialmente ele (agricultor) inseriu um banner com fotografias da produção especialmente, na feira do bairro Grageru [...]. Atualmente, já não se utiliza dessa ferramenta visual, uma vez que foi conformada uma rede de consumidores que, semanalmente aguardam a partir das cinco horas o jovem agricultor/feirante, ávidos para adquirir esses alimentos. Às seis horas da manhã a banca está repleta de consumidores e, geralmente, às oito horas boa parte dos produtos já foi comercializada. Às nove horas as vendas estão concluídas, o que destoa dos demais feirantes, que permanecem na feira até às doze horas (MENEZES, 2021, p. 77).

Para a autora, o fato desses alimentos serem comercializado diretamente pelos agricultores, e a difusão das formas de cultivo inicialmente com a ferramenta visual, despertou aos consumidores a oportunidade de visualizar os alimentos que ali são vendidos, e, a divulgação entre os consumidores aponta a preocupação que os clientes tem com a qualidade das hortaliças, legumes e frutas, além de observar sempre as discussões por esses consumidores contrária e os problemas que estão relacionados ao uso dos agrotóxicos. Logo, constatou-se a força e o apoio dos consumidores que legitimam a comercialização desses alimentos.

Para além das feiras a venda dos alimentos orgânicos e agroecológicos acontece nos mercados. Em Aracaju, foram identificados 2 centrais e 6 setoriais, totalizando 8 (Mapa 2). Segundo Queiroz e Azevedo (2012, p. 116), os mercados são “prédios ou galpões cobertos, administrados pelo poder público municipal, onde funcionam diariamente relações de comércio local ou regional, denominados popularmente de mercados públicos”. Ao analisar esses mercados, percebe-se que ocorrem relações comerciais e econômicas, além das culturais e sociais. Vale destacar que, no Mercado Municipal vereador Milton Santos, além dos boxes de comercialização de carnes e hortifrutigranjeiros derivados da agricultura convencional comercializados por feirantes comerciantes, o espaço também conta com box reservado para a agricultura familiar, e o consumidor, inclusive, encontra alimentos cultivados de forma agroecológica e orgânica.

Diante do que foi exposto, almejou-se, com essa pesquisa, apresentar os resultados sobre especificidades do circuito curto da comercialização dos alimentos agroecológicos e orgânicos em Aracaju/SE e, por meio das análises realizadas, identificar os entraves que emperram o crescimento dos cultivos e a circulação desses alimentos considerados como uma potencialidade social, cultural e econômica dos agricultores familiares camponeses.

Ante a relevância dos canais de comercialização considerados como circuitos curtos para a produção agroecológica do estado de Sergipe, suscitaram-se algumas indagações, às quais buscou-se encontrar as respostas nesta pesquisa:

- ✓ Como está espacializado o circuito curto dos alimentos agroecológicos e orgânicos em Aracaju?
- ✓ Quem são os agricultores familiares camponeses, e quais são os alimentos agroecológicos e orgânicos comercializados no espaço urbano da capital sergipana?
- ✓ Quais são os entraves enfrentados no cultivo e na comercialização desses alimentos?
- ✓ Como a comercialização desses alimentos contribui para a reprodução social econômica dos agricultores familiares camponeses?
- ✓ Diante da pandemia da COVID-19, quais foram as alternativas criadas pelos agricultores para continuar a comercialização?

Em consonância com as questões de pesquisa, foram organizados os objetivos: geral e específicos com o intuito de guiar a pesquisa e na busca de respostas para as indagações citadas anteriormente.

Objetivo Geral

- Analisar a relevância, a dinâmica social, cultural e econômica e os entraves enfrentados pelos agricultores familiares camponeses nos circuitos curtos de comercialização de alimentos agroecológicos e orgânicos em Aracaju – SE.

Objetivos Específicos

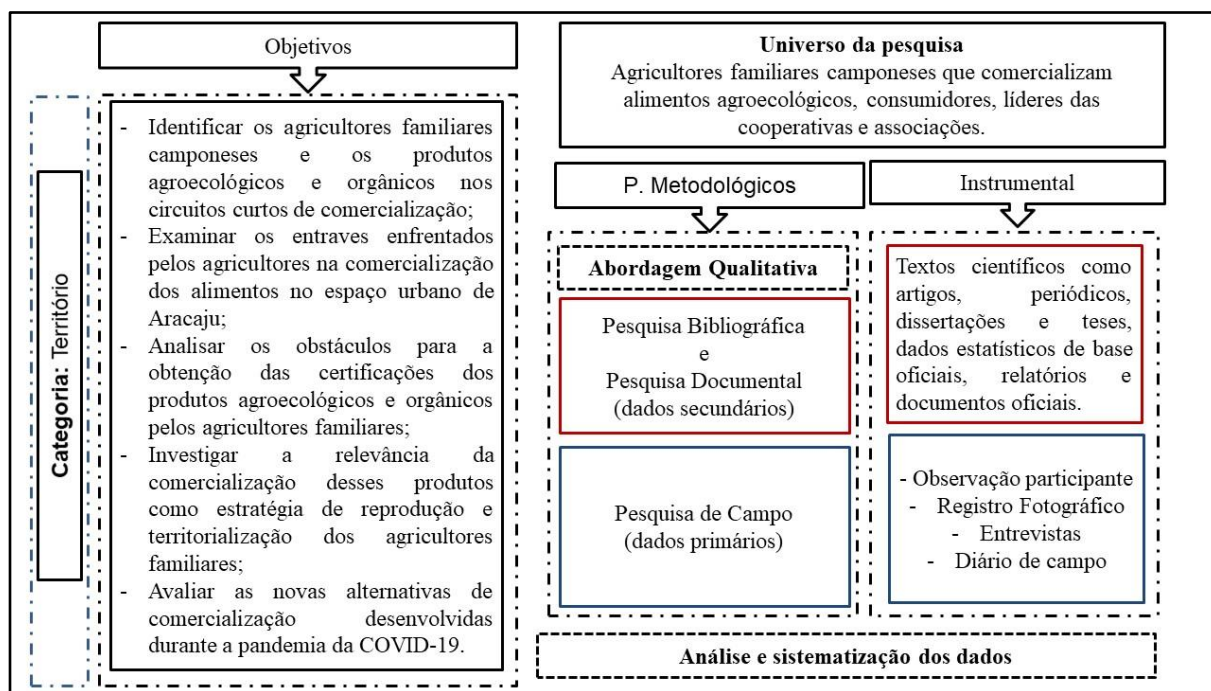
- Identificar os agricultores familiares camponeses e os alimentos agroecológicos e orgânicos nos circuitos curtos de comercialização;

- Examinar os entraves enfrentados pelos agricultores na comercialização dos alimentos no espaço urbano de Aracaju;
- Analisar os obstáculos para a obtenção das certificações dos alimentos agroecológicos e orgânicos pelos agricultores familiares;
- Investigar a relevância da comercialização desses alimentos como estratégia de reprodução dos agricultores familiares.
- Avaliar as estratégias criadas pelos agricultores como alternativas de comercialização desenvolvidas durante a pandemia da COVID-19.

O processo de pesquisa envolve várias fases que possibilitam a realização dos objetivos específicos aqui traçados com o fito de alcançar o objetivo geral. Os espaços de comercialização de produtos agroecológicos apresentam uma diversidade de relações como o econômico, o político, o social, além dos aspectos culturais e simbólicos que os permeiam (DAROLT, 2013). Nos circuitos de comercialização, identificam-se não somente a participação dos agricultores familiares camponeses de alimentos agroecológicos, mas também, comerciantes, representantes das cooperativas, das associações e os consumidores, além do envolvimento de órgãos governamentais que buscam atuar e apoiar a organização desses circuitos curtos de comercialização.

Destarte, para compreender a organização deste universo de pesquisa e os sujeitos envolvidos neste estudo, segue o encadeamento metodológico (Figura 3) que irá servir como base não somente para a coleta dos dados, mas também para promover auxílio quanto à interpretação e à construção do conhecimento necessário para a compreensão dos objetivos durante a jornada.

Figura 1 – Encadeamento metodológico da pesquisa.



Organização: Santos, Letícia Menezes, 2021.

Adotamos a pesquisa qualitativa para, assim, compreender os rituais de trocas de bens materiais, bem como os simbólicos já existentes. A escolha da abordagem surgiu por possibilitar a análise não somente dos fenômenos em si da comercialização, mas por entendê-los a partir dos significados, sejam esses individuais ou coletivos, para a vida daquelas pessoas ou grupo (TURATO, 2005). Nesse contexto, a presente pesquisa está estruturada com base na análise teórica, nos dados secundários, na pesquisa documental e no trabalho de campo.

A análise teórica de uma pesquisa, em consonância com o método e com as técnicas adotadas, é essencial para a compreensão de uma problemática, porque a investigação elucida, sustenta e contribui para a explicação de uma determinada realidade. Inicialmente foi utilizado como procedimentos a coleta de dados nos periódicos da CAPES, *Scielo*, assim como no banco de teses e dissertações disponíveis nos repositórios das universidades, além de livros, sendo esses categorizados como pesquisa bibliográfica (GIL, 2002). As pesquisas auxiliaram na compreensão de conceitos relacionados aos alimentos agroecológicos e orgânicos, à caracterização dos agricultores familiares camponeses, ao entendimento das relações estabelecidas nos circuitos curtos de comercialização, ao conhecimento das certificações, bem como dos territórios e espaços, além de entender as mudanças dos hábitos de consumo e as estratégias de comercialização.

Para auxiliar o desenvolvimento inicial da referida pesquisa, foi fundamental a coleta quantitativa dos dados e a apreensão das informações documentais fornecidas por órgãos e instituições públicas e privadas. Diante do problema, esses dados foram essenciais para a assimilação do objeto e para a compreensão do universo da pesquisa.

Nessa conjuntura, foram pesquisados dados estatísticos de base oficial, fornecidos através do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), da Federação Internacional dos Movimentos da Agricultura Orgânica (IFOAM), dos relatórios técnicos, dos documentos oficiais, das matérias de jornais impressos e *on-line*, da TV, das redes sociais, como *Instagram* e *Facebook*, às quais possibilitaram o acesso às informações e ao mapeamento das feiras e dos espaços de comercialização agroecológicos desenvolvidas pelas associações, cooperativas ou organizadas pelos agricultores familiares.

Após a organização inicial dos objetivos e das leituras preliminares dos materiais bibliográficos e documentais, foi necessária a realização do trabalho de campo, com visitas aos espaços de comercialização dos produtos agroecológicos. Segundo Brandão (2007, p. 12), "o trabalho de campo é uma vivência, ou seja, mais do que um puro ato científico". Nessa perspectiva, este estudo procurou estabelecer uma relação produtora de conhecimento através da vivência, a partir da observação do participante, buscando aproveitar o momento de conversa com os agricultores e comerciantes, tencionando se inteirar com a dinâmica estabelecida entre feirantes e consumidores, momento oportuno para apresentar os propósitos da investigação.

O trabalho se pauta na pesquisa participante, consoante ao que assevera Brandão (2007), sendo realizada em três momentos. Primeiramente, foi feita a observação com a anotação e a descrição do que acontece ao redor, sem necessariamente buscar interpretar os acontecimentos imediatamente. No segundo momento, as descrições foram articuladas com reflexões acerca do que ocorreu e, por fim, chegamos aos questionamentos, no qual o pesquisador se permitiu conversar com alguns agricultores, os comerciantes e com os consumidores sobre o ocorrido.

Assim, procurou-se, com a pesquisa participante, vivenciar alguns espaços de cultivos dos alimentos, os espaços de comercialização ao longo das observações, estando a pesquisadora munida do diário de campo e do gravador de voz para registrar, de forma descritiva, o que foi captado. Utilizou-se de todos os sentidos sensoriais, como a audição, o olfato, o paladar, o tato, com o intento de buscar tomar nota das percepções. Segundo Tuan (1980), a percepção de um sujeito sobre um espaço que pode revelar, no primeiro momento determinados elementos. A fim de tender à demanda da investigação, o pesquisador sentiu a necessidade de realizar várias

vezes essa etapa para amadurecer as reflexões e analisar os elementos ali presentes a partir do que percebeu, do que registrou na memória para, então, compreender as articulações que existem entre si.

Esses procedimentos de observações, de anotações no diário e de reflexões após o trabalho de campo foram fundamentais para as etapas seguintes, às quais tratam da delimitação do universo de amostragem do participante da pesquisa. Como procedimento de pesquisa, utilizamos as técnicas metodológicas apresentadas por Turato (2003), sobre amostragem proposital, às quais possibilitaram obtermos uma deliberação inicial para saber quais sujeitos seriam participantes ativos do processo através das aplicações dos roteiros de pesquisa.

No primeiro momento, o recorte o universo foi definido de acordo com os objetivos estabelecidos por cada entidade: os agricultores familiares camponeses que comercializam alimentos agroecológicos, os consumidores, os líderes das cooperativas e as associações. Como sugere Turato (2003), no trabalho de campo, deve-se estar aberto e atento à necessidade de incluir novos sujeitos, se assim for necessário; além disso, somente em campo pode-se definir o quantitativo de sujeitos que serão entrevistados.

Em relação às entrevistas, foram utilizadas as técnicas apresentadas por Gil (2002) e Lima (2016), que consistem em um roteiro de perguntas semiestruturadas. Essa etapa foi de fundamental importância, cabendo ao pesquisador estar atento às respostas dos sujeitos entrevistados. No decorrer do procedimento, perguntas complementares foram realizadas com o objetivo de atender aos questionamentos que surgiram.

Para a realização desses procedimentos, vale lembrar que 2020 foi um ano atípico em decorrência da pandemia da COVID-19. Desta forma, a orientação realizada pelos órgãos competentes foi que todos mantivéssemos um distanciamento social e, de preferência, que ficássemos em casa. Com o retorno das atividades em 2021, índices alarmantes da pandemia ainda eram um dos principais desafios para a realização de parte desta pesquisa, como o trabalho de campo, a observação, as entrevistas executadas de forma presencial.

No que tange ao trabalho de campo e à realização das observações nas feiras da agricultura familiar agroecológica, foi verificado que elas passaram por reestruturação e adaptação para a comercialização durante a pandemia e, por essa razão, algumas funcionaram normalmente, mas outras aconteciam de forma parcial, além de adotar algumas estratégias como o *delivery* para evitar assim aglomerações dos consumidores nesses espaços. Logo, a realização desta etapa de visita aos espaços de comercialização e a observação com o uso do

diário de campo ocorreu munido das medidas de segurança e distanciamento recomendado pela OMS.

Nas atividades de campo foram realizadas 8 entrevistas com agricultores familiares camponeses, utilizamos o Roteiro de entrevista semiestruturado com os produtores (Apêndice 1). Conversamos com 9 consumidores aplicando o roteiro do Apêndice 2. No decorrer da pesquisa identificamos duas formas de comercialização indireta, realizada pelo Restaurante Ágape e Orgânicos na Mesa, que nos instigou a procurarmos as idealizadoras para compreender melhor a relação com os produtores locais. Todavia, em alguns momentos, foi necessária a adaptação do encontro por plataformas virtuais como o *google meet*, recurso de vídeo chamada².

Por fim, a análise e a sistematização dos dados observados, descritos e coletados durante todas as etapas da pesquisa, permitiram a codificação e a análise das informações, estabelecendo uma ligação entre os elementos estudados e, desse modo, determinando quais resultados poderiam ser explicados por teorias já existentes e/ou se seria possível apresentar novas particularidades que são próprias dos nossos sujeitos (GIL, 2002). A sistematização dessas informações coletadas resultou em quadros, tabelas e mapas que facilitaram e embasaram as reflexões evidenciadas no decorrer desta investigação.

Além da introdução e das considerações finais, o texto está dividido em mais três partes. Na seção 2, intitulada “Alimentos ou commodities?”, discutimos o papel da Revolução Verde e a produção de mercadorias. Em seguida, abordamos a nova/velha proposta de fazer agricultura. Na seção 3, abordamos os circuitos curtos de comercialização agroecológica e orgânica, as certificações orgânicas e os tipos de selos. Por fim, na Seção 4, denominada “No campo ou na cidade, todos têm direito a comida de verdade: comercialização agroecológica em Aracaju”, debatemos a produção orgânica e agroecológica em Sergipe, a comercialização e seus desdobramentos durante a pandemia da COVID-19, bem como as estratégias virtuais com os mercados digitais, os desafios e as iniciativas realizadas pelos agricultores familiares e consumidores.

² Todos os entrevistados assinaram o Termo de consentimento e de livre esclarecimento (Apêndice 3), e assinalaram que permitem a divulgação dos seus nomes na pesquisa. Todos os termos encontram-se sobre a responsabilidade da pesquisadora.

2. É ESSA AGRICULTURA QUE NOS ALIMENTA?



“O segredo da vida é o solo, porque do solo dependem as plantas, a água o clima e a nossa vida. Tudo está interligado. Não existe ser humano sadio se o solo não for sadio” (Ana Primavesi).

Fonte –Arquivo pessoal do Agricultor familiar camponês.
Foto – Agricultor Rosivaldo e Elvis Lisboa (2021).

2. É ESSA AGRICULTURA QUE NOS ALIMENTA?

2.1 Alimentos ou commodities?

Com o final da Segunda Guerra Mundial, na primeira metade do século XX, o mundo passou por profundas transformações, principalmente nas relações de produção no campo. Até meados da década de 1950, as estratégias agrícolas estavam voltadas para a agricultura, com foco prioritário na fertilidade do solo e na ocorrência de pragas. Desta forma, buscavam-se explorar novas áreas. De acordo com Matos; Pessôa (2014) e Mazoyer; Roudart (2010), era urgente refletir sobre novas estratégias alimentares, e esse processo deveria incluir a América Latina, a África e a Ásia, principalmente os países com potencial agrícola.

Nos Estados Unidos, a estratégia usada foi resultado do desenvolvimento industrial e das mudanças nos transportes ocorridos no início do século XX. Nesse período, primeiramente, pensava-se nas condições favoráveis, como as climáticas e as geográficas, depois nas questões tecnológicas. Com isso, obtiveram, como resultado, a modernização da agricultura.

Essa fase de inovações teve como objetivo intensificar a oferta de alimentos a partir dos avanços tecnológicos do pós-guerra, baseado em um programa que buscava valorizar o aumento da produtividade agrícola mediante a tecnologia, controlando a natureza com base científico-industrial, e buscando solucionar a fome no mundo. Naquela conjuntura, a pobreza, juntamente com a fome, era considerada o maior problema na escala global.

A Revolução Verde foi um projeto idealizado pela Fundação Rockefeller que buscava aperfeiçoar e aplicar técnicas mais modernas e eficientes (MAZOYER; ROUDART, 2010; ALVES, 2013). De acordo com os autores, esse projeto teve a fase pioneira entre os períodos 1943 e 1965. A grande expansão ocorreu a partir de 1965, com o patrocínio do projeto-piloto, a exemplo dos Estados Unidos, com resultados significativos com o trigo e o milho.

Conforme Mazoyer e Roudart (2010), as variedades e os métodos utilizados no cultivo aumentaram a produção e o rendimento das sementes em vários países. Ademais, mostraram, também, que

Esse vasto movimento de extensão de certos elementos da segunda revolução agrícola (seleção genética, fertilização mineral, tratamentos, cultivo puro de populações geneticamente homogêneas, mecanização parcial, estrito controle da água) para três grandes cereais amplamente cultivados nos países em desenvolvimento recebeu o nome de “revolução verde”. Porém, por mais importantes que fossem os ganhos de rendimento e de produção ligados à revolução verde, eles beneficiaram principalmente as regiões férteis mais aptas a rentabilizar os caríssimos componentes necessários e os agricultores que dispunham de meios suficientes para comprá-los e

para aplicar os aconselhamentos técnicos correspondentes (MAZOYER; ROUDART, 2010, p. 501).

Segundo os autores, tal movimento beneficiaria, sobretudo, as regiões férteis e os agricultores que possuíam recursos suficientes para adquirir e aplicar essa nova tecnologia para desenvolver a agricultura. Dito isso, conclui-se que as regiões marginalizadas e a agricultura familiar camponesa foram excluídas desse processo.

De acordo com Alves (2013), a Revolução Verde é caracterizada pelo desenvolvimento de sistemas modernos de produção agrícola conduzidos a agregar pacotes tecnológicos de aplicação universal, a fim de maximizar os rendimentos dos cultivos, sem a diferenciação da situação ecológica, a partir do uso de agrotóxicos e fertilizantes, associados ao uso de sementes híbridas. Logo, as novas tecnologias envolveram vários setores que formaram um complexo sistema de apoio. Continuando sua análise, Alves (2013) mostra que

A agricultura não poderia mais ter uma relação social e tradicional do agricultor com a terra e, sim, uma relação complexa entre o agricultor, o mercado financeiro (bancos), a indústria metal-mecânica (máquinas e equipamentos agrícolas), a indústria química (fertilizantes e defensivos agrícolas) e a indústria de pesquisa de tecnologia agrícola. Juntamente com esses fatores, não se pode esquecer a importância geoestratégica e geopolítica que a Revolução Verde teve num momento conturbado da política internacional (ALVES, 2013, p. 24)

Nesta perspectiva, a Revolução Verde foi entendida como um pacote tecnológico que tem uma base ideológica de valorização do progresso. O sistema implementado causou uma ruptura com a história da agricultura, mostrando, inclusive, como esse desenvolvimento teve um caráter excludente e seletivo de regiões e agricultores.

Em relação ao Brasil, de acordo com Stedile (2012, p. 30), no período que corresponde aos anos de 1930 a 1945, houve uma “subordinação econômica e política da agricultura à indústria”. Entretanto, a subordinação econômica da agricultura à indústria não significou o fim das oligarquias rurais. Isso porque, primeiramente, a burguesia industrial também era constituída pelos oligarcas rurais. Em segunda análise, porque as indústrias dependiam desse grupo, pois as exportações agrícolas eram usadas como forma de pagamento na importação de máquinas e de operários que vinham da Europa e dos Estados Unidos.

Stedile (2012) elenca que as funções desse modelo de produção, no espaço rural brasileiro, são claras e bem definidas: cumprir o papel de fornecer força de trabalho barato para a nascente industrial na cidade – com o contínuo êxodo rural, crescia o exército industrial de reserva nas portas das fábricas à procura de emprego, possibilitando que os salários fornecidos

através das indústrias fossem reduzidos; a produção destinada ao abastecimento da população urbana, que deveria ser feita pelas grandes propriedades rurais alicerçadas no paradigma da Revolução Verde, mas destinavam seus cultivos para a produção de mercadorias remetidas ao mercado externo. A partir desse período, no Brasil, o setor industrial passa a produzir “insumos para a agricultura, como ferramentas, máquinas, adubos químicos, venenos etc. e outro, da chamada agroindústria, que foi a implantação da indústria de beneficiamento de produtos agrícolas” (STEDILE, 2012, p. 30-31).

Em relação à estrutura da terra, Martins (1981) e Stedile (2012) salientam existir uma grande desigualdade, posto que havia a concentração e a ampliação da propriedade de terra nas mãos da burguesia agrária, e, do outro lado, a multiplicação de pequenas propriedades por meio da repartição da unidade familiar. Esses pequenos estabelecimentos familiares resistem, embora no período não dispunham de nenhum incentivo do Estado, a despeito da grande produção para a qual os recursos são direcionados, sobretudo, para a denominada modernização.

A desigualdade na estrutura fundiária e social perdura e avança, e, no final da década de 1950, surgem vários movimentos em defesa da reforma agrária que aglutina trabalhadores rurais, políticos, setores da Igreja católica e profissionais liberais. Oliveira (2016) ressalta a importância da reforma agrária como forma de amenizar a desigualdade social e a concentração fundiária existente no Brasil. As Ligas Camponesas do Nordeste, organizadas no estado de Pernambuco, extrapolam esse território e alcançam Alagoas, Paraíba e outros estados, como Paraná e São Paulo, que reivindicam a reforma agrária, lutando pelos direitos trabalhistas da classe trabalhadora.

O processo de modernização da agricultura incentivado pelo estado, por meio de financiamentos, passa a receber inovações tecnológicas oriundas da indústria, e teve como objetivo aumentar a produtividade. Com o início da ditadura militar no Brasil em 1964, o governo incentivou a exportação dos produtos, a expansão do crédito agrícola, além de fomentar a pesquisa e o aperfeiçoamento da produção com o incentivo de cursos técnicos direcionados à difusão do paradigma da Revolução Verde. O Estado demonstra claramente a sua aliança com o setor agropecuário, e a modernização atendia apenas às médias e às grandes propriedades; enquanto isso os militantes e os movimentos pró-reforma agrária eram reprimidos (OLIVEIRA, 2016).

A modernização da agricultura, no molde capitalista, estava e continua direcionada para o cultivo de alguns produtos, prevalecendo a monocultura. Com as políticas de incentivo

agrícola, o desenvolvimento da modernização da agricultura vinculou-se ao investimento de capital, com a utilização de insumos industrializados, os estímulos, especialmente os financiamentos não direcionados à pequena produção, o que impeliu a continuidade no campo diante, inclusive, da pressão desses grupos, sobretudo, naquelas terras que dispunham de água e boa fertilidade.

Para os defensores da Revolução Verde, a ideia não seria somente melhorar as técnicas de produção, mas seria possível também acabar com a escassez e a dependência de alimentos. Considerava-se que, apenas assim, encontrariam a solução para a crise de alimentos. No entanto, críticas surgiram devido aos inúmeros impactos sociais e ambientais que foram gerados por esse motivo, podendo-se destacar a perda de variedades antigas e a perda irreversível do material genético utilizadas como alternativas e consideradas alimentos tradicionais.

Com a redução das variedades locais ocasionadas pela agricultura moderna, é possível perceber destruição genética não somente das sementes tradicionais, mas, precipuamente, dos ecossistemas. A Revolução Verde incentiva o uso de equipamentos a exemplo de tratores, colheitadeiras, os pulverizadores que compactam o solo e reduzem o trabalho dos microrganismos que deveriam fazer a fixação biológica e realizar a manutenção do ciclo de nitrogênio. Esses produtos que passaram a ser usados foram responsáveis por aumentar a poluição dos solos e das águas, agravando a resistência e fazendo crescer, por conseguinte, a população de insetos nas lavouras (RIBEIRO, 2003).

O melhoramento genético, no início da década de 1990, estava sob o controle de poucas empresas químicas que controlavam não só as pesquisas de aprimoramento das sementes, mas, principalmente, o comércio, criando e dominando, desta forma, as necessidades das cadeias de insumo no mundo. De acordo com Ribeiro (2003), as empresas convencem os agricultores de que é necessário ter acesso a sementes que sejam resistentes às pragas, desta forma,

As variedades industriais têm de ser frequentemente renovadas ou trocadas por outras para se manterem os rendimentos prometidos pelas empresas que as produzem e/ou porque se tornam muito vulneráveis às pragas e doenças - o que significa a esse tipo de agricultores ter de comprar novas sementes em cada colheita (RIBEIRO, 2003, p. 57).

Para a autora, a agricultura industrial causa inúmeros impactos à sociedade, principalmente aos pequenos agricultores familiares, pois esse processo de melhoramento genético das sementes híbridas não permite que elas se reproduzam sequencialmente, ou seja,

é retirado das suas características o recurso natural de se renovar, isto é, essa semente não poderá ser usada no cultivo do ano seguinte, forçando, dessa maneira, o agricultor a comprar, dos monopólios, novas sementes a cada safra.

De acordo com Palmeira (1989) e Ribeiro (2003), esse processo de modernização da agricultura causa grandes implicações a sociedade. A inibição do cultivo, além da permanência da falta de insumos e sementes, que são fundamentais para a sobrevivência dos pequenos agricultores, resulta na erosão dos solos, prejudicando a biodiversidade e a cultura local, incentivando ainda mais a segregação social, visto que são necessários altos investimentos para se obter acesso a esses recursos, que muitas vezes não estão acessíveis a todos.

Os recursos e os conhecimentos gerados há milhares de anos pelos agricultores familiares são, a cada dia, desprezados pela indústria agrícola. No seu lugar, reproduz-se cenários, que possibilitam a criação de necessidades e técnicas, ao mesmo tempo que obrigam os agricultores a se renderem às redes dos grandes monopólios industriais e de crédito.

A modernização da agricultura brasileira é excludente, tendo em vista o acesso aos insumos e aos implementos agrícolas ocorrerem através de uma política de crédito e custeio seletiva, em benefício de uma minoria capitalizada, detentora de grandes parcelas de terras e produtoras de *commodities*. À vista disso, Palmeira (1989, p. 99) considera que “as vantagens oferecidas pelas políticas de modernização beneficiaram majoritariamente os latifundiários”. A grande parcela dos proprietários, formada por pequenos agricultores descapitalizados, foi excluída das políticas de crédito do Estado e, com isso, impedida de acessar os insumos e os implementos da proclamada “agricultura moderna”.

Segundo Oliveira (2016), a agricultura capitalista exige a mecanização e a ampliação da produção agrícola, além de favorecer a produção em grande escala e a utilização indiscriminada de agrotóxicos. Algumas contradições sobre esse modelo de produção são apontadas por Oliveira (2016), a saber: a diminuição de emprego, em que o trabalhador rural é substituído pelas máquinas, e a produção familiar diversificada é substituída em várias áreas pela produção capitalista monopolista que visa ao abastecimento do mercado externo. Desse modo, a modernização da agricultura brasileira, baseada no modelo da Revolução Verde, estruturou-se como um projeto macroestrutural, munido de um arsenal biotecnológico, que revolucionou a estrutura produtiva de monocultivos comerciais.

Tal projeto da Revolução Verde cresceu no mesmo ritmo e ampliou as contradições que marcaram negativamente a dinâmica do campo e das cidades. Além disso, não solucionou o

problema central, alardeado como o alvo que serviria para reduzir a fome no mundo. Em outras palavras, a modernização da agricultura, nos moldes da Revolução Verde, causou um intenso processo danoso de viés social, econômico e ambiental. Henriques (2009, p, 297) exemplifica alguns dos danos causados pelo advento deste modelo produtivo no campo:

De facto, não deve escamotear-se que a Revolução Verde, com a utilização intensiva de fertilizantes, pesticidas e herbicidas sintéticos, bem como com as copiosas irrigações que requeriam os ganhos de produção conseguidos com as variedades de alto rendimento, tiveram elevados custos para o ambiente, da degradação dos solos à poluição das águas subterrâneas, e tal deve estar presente em futuros programas de aumento da produção agrícola. Além disso, a adopção generalizada de um reduzido número de variedades de alto rendimento levou ao desaparecimento de milhares de variedades tradicionais e, consequentemente, à redução da diversidade genética destas culturas, numa perda irreversível (HENRIQUES, 2009, p, 297).

Diante do cenário apoiado pelo Estado brasileiro, em benefício das grandes empresas ligadas ao setor agroindustrial, que prioriza os monocultivos de exportação e desencadeia impactos de ordem ambiental, novas discussões e preocupações foram surgindo na sociedade civil pelos movimentos sociais, setores ligados à ciência e às instituições de pesquisa.

Em relação à Revolução Verde, alguns estudiosos acreditam que os problemas decorrentes dela podem ser solucionados com inovações tecnológicas. Por outro lado, há pesquisadores que a olham como um problema que atinge os aspectos econômico, político, social, cultural, e ecológico, considerando que esse processo causa grandes mudanças estruturais (ZANINE, 2004). Por sua vez, os agricultores familiares camponeses padecem com a existência da desigualdade social, haja vista passarem a ser dependentes de empresas globais, fabricantes dos pacotes tecnológicos. Já as políticas de desenvolvimento costumam beneficiar o viés técnico, deixando de lado as mudanças sociais e estruturais, tais como a Reforma Agrária (ZANINE, 2004; MATOS e PESSÔA, 2014).

Em relação às consequências econômicas e sociais, Moreira (2000) e Zanine (2004) corroboram que a política de desenvolvimento capitalista no campo acentuou as desigualdades entre os agricultores, em que se fortaleceu a concentração dos estabelecimentos agrícolas nas mãos de poucos latifundiários, expulsando os pequenos agricultores e causando, desta forma, a migração acentuada desses para as cidades. Isso porque, os agricultores não tinham condições de aumentar seus rendimentos, não conseguiam se manter competitivos para acompanhar as exigências da produtividade agrícola.

Sobre consequências ambientais, Zanoni (2004) salienta que os anos de 1980 provocou amplos debates sobre a questão ambiental. De acordo com a autora, o uso intensivo do pacote tecnológico na agricultura provocou os estudiosos a refletirem sobre a questão da erosão, da perda de fertilidade e da poluição dos solos decorrentes da implantação de monoculturas altamente mecanizadas. Outros focos de discussão se referem à poluição das águas subterrâneas e das superfícies, à transformação e à uniformização da paisagem, além do debate quanto à perda do valor cultural e patrimonial.

Alguns impactos ambientais, sociais, culturais e econômicos ocasionados pela agricultura convencional são apontados por Ehlers (1994) e Oliveira (2016), a saber: o aumento das desigualdades regionais, favorecendo, por exemplo, o Centro-sul, colocando, à margem desse processo de desenvolvimento, o Nordeste e a Amazônia; a compactação e a perda da fertilidade dos solos, entre outros danos ambientais, prejudicando a saúde humana devido à utilização de agrotóxicos e fertilizantes químicos. Bertoni e Menezes (2022, p. 107) salientam a ampliação da política de liberação dos agrotóxicos no Brasil, de acordo com informações divulgadas pelo Sindicato das Indústrias de Defensivos Agrícolas (SINDIVEG) as autoras aludem: “[...]este cenário aponta para a continuidade acelerada dessas permissões. Não obstante os movimentos sociais e ambientalistas denunciarem a problemática do uso exacerbado dessas substâncias químicas e o descontrole do uso no campo”.

Por fim, verifica-se as mudanças nos hábitos alimentares, uma vez que os alimentos naturais e saudáveis dão lugar ao consumo de produtos industrializados, fato esse comprovado em pesquisas no sertão sergipano por Menezes (2013).

Essa agricultura capitalista surge como uma construção ideológica e busca renovar a sua imagem, a partir do aperfeiçoamento dos processos e da exclusão pela improdutividade (DELGADO, 2012). De acordo com Oliveira (2006, p. 37), o “agronegócio é sinônimo da produção para o mundo” e segue-se no mesmo limiar implementado na Revolução Verde cujo objetivo está pautado no aumento da produtividade, do lucro e do acesso ao mercado mundial.

Com relação ao agronegócio, Matos e Pessôa (2011) considera que

[...] no agronegócio, o processo produtivo, conduzido pela lógica do mercado global e as inovações da ciência, modifica o cotidiano do campo por meio da utilização de instrumentos da biotecnologia, da engenharia genética, da microeletrônica, incorporando, dessa forma, um novo campo de valorização do capital que afeta de forma direta as relações sociais de produção (MATOS e PESSÔA, 2011, p. 314).

Para as autoras, tal modelo produtivo causa transformações não só no modo de produzir, mas também no cotidiano da população. No campo, os espaços são instrumentalizados e tecnificados com a utilização da biotecnologia e a valorização do capital, que altera diretamente as relações sociais de produção.

De acordo com Matos e Pessôa (2011), os avanços da biotecnologia perpetua o avanço do cultivo de monoculturas transgênicas. Além disso, apenas poucas empresas multinacionais possuem controle sobre a produção dessas sementes, o que caracteriza, dessa maneira, um oligopólio. A compra das sementes transgênicas gera uma dependência aos agricultores, pois esses produtores ficam proibidos de utilizá-las na safra do ano seguinte, tendo em conta assinarem um contrato que também os proíbe, inclusive, de comercializar ou de trocá-las. Em relação às vantagens e às desvantagens dos transgênicos, as autoras apontam que os:

[...] ambientalistas asseguram que, dependendo da cultura e da quantidade produzida, os transgênicos podem causar impactos irreversíveis ao meio ambiente e à saúde humana. A produção de culturas transgênicas também não beneficia o desenvolvimento da agricultura camponesa, em virtude do alto custo das sementes, o que demonstra que as culturas transgênicas são mais uma tecnologia em benefício do capital (MATOS e PESSÔA, 2011, p. 315).

Sabe-se que as sementes transgênicas são resistentes aos agrotóxicos e aos inseticidas, e com o tempo passam a ser resistentes a ervas daninhas e a insetos, obrigando os agricultores a aumentarem o uso de agrotóxicos a cada ano. Outro impacto causado pela transgenia é a perda da biodiversidade, pois tal material genético contamina as sementes crioulas, o solo, a água, bem como os próprios agricultores e os consumidores. Em relação aos problemas sociais, as autoras ressaltam que a monopolização dessas sementes e as estratégias do capital para desenvolver a produção de algumas culturas beneficiam apenas os grandes produtores rurais.

Com o desenvolvimento da agricultura, fundamentada no paradigma da Revolução Verde, a produção, a distribuição e a circulação são controladas pelos centros de pesquisa, pelos bancos, pelas instituições financeiras etc. De modo igual, avança a industrialização dos alimentos, a qual provoca impacto nos hábitos alimentares e diminui a variedade de alimentos produzidos localmente (RIBEIRO, 2003). Com o incremento da biotecnologia, surgem diariamente inúmeras novidades consideradas como alimentos, elaboradas com o uso de aromatizantes, corantes artificiais e, para prolongar a durabilidade, o tempo de comercialização, inserem-se os aditivos químicos e os conservantes.

Com efeito, a globalização da economia e a industrialização da agricultura impacta, significativamente, os hábitos alimentares, mediante proporcionar um leque de variedades de produtos e serviços alimentares. Autores como Pollan (2007; 2013), Contreras (2011) e Menezes (2013) abordam também a importância das estratégias de *marketing* usadas pelas empresas agroalimentares, as quais utilizam-se de estudos científicos, meios de comunicação e mídias para estabelecerem padrões de consumo vinculados aos produtos industrializados.

A padronização dos alimentos exerce influência direta na produção e na dieta alimentar da população, ocasionando na substituição dos alimentos, outrora produzidos e consumidos por gerações.

Com a expansão dos processos de produção e com a inserção das novas tecnologias e a intensificação da agricultura industrial, os reflexos da globalização criaram uma tendência na cultura alimentar no Brasil. Garcia (2003) revela que, no período entre 1992 e 1995, houve um aumento significativo de importações de alimentos industrializados. Segundo a autora, a demanda desses componentes alimentares está relacionada ao modo de vida urbana e à inserção feminina no mercado de trabalho que contribuiu com as mudanças nos hábitos alimentares da família. Diante disso, as indústrias e o comércio apresentaram alternativas de produtos prontos que exigiam reduzido tempo para o preparo, aumentando, por conseguinte, o consumo de produtos cozidos ou pré-cozidos. Além disso, Garcia (2003) ressalta que as indústrias investem em:

- Produtos gerados com novas técnicas de conservação e de preparo;
- Vasto leque de itens alimentares;
- Crescente oferta de preparações e utensílios transportáveis;
- Oferta de produtos provenientes de várias partes do mundo;
- Arsenal publicitário associado aos alimentos;
- Padrão alimentar similar entre os países desenvolvidos e em desenvolvimento;
- Participação da ciência e do discurso científico na publicidade de alimentos.

Mediante o exposto, observa-se que, ao longo dos anos, no espaço rural e nas diferentes regiões, a substituição do conhecimento tradicional pelo paradigma difundido expandiu. No entanto, diante do desgaste provocado pelos escândalos veiculados na mídia no processamento dos produtos industrializados, observa-se também a apropriação pelo capital das práticas já

existentes transmitidas por diferentes gerações para produzir mercadorias revestidas de modernidade ofertadas ao mercado consumidor. Diante disso, agricultores familiares camponeses, organizações e movimentos sociais propõem debates relativos ao uso e à função social da terra, tal como os impactos negativos causados pelo desenvolvimento capitalista no campo. Por essa razão, recomendam-se novos/velhos caminhos que busquem valorizar a lógica e os saberes tradicionais nas práticas e no manejo dos recursos naturais, objetivando a criar, dessa maneira, estratégias que contraponham a esse modelo agrícola dominante.

2.2 Alimentos orgânicos e agroecologia: uma nova/velha proposta de fazer agricultura

No cenário político do Brasil, alguns sujeitos sociais são prejudicados pelo modelo de produção capitalista dominante e, por esse motivo, organizam-se por meio de movimentos sociais e sindicais, por pesquisadores que questionam esse padrão tecnológico agrícola, além de discutirem o papel das políticas públicas e do Estado no processo produtivo. Altieri (2012) explica que é exatamente nesse contexto que surgem reivindicações de valorização dos processos de produção alternativas, com vistas à sustentabilidade.

A preocupação com os impactos provocados por esse modelo de produção apresenta alerta sobre o distanciamento que ocorre entre produtor e consumidor cujo reflexo se dá na alimentação e na cultura local. “A produção e o consumo de alimentos estão cada vez mais desconectados entre si, tanto no tempo como no espaço” (PLOEG, 2008, p. 21), ou seja, a produção, circulação e consumo dos alimentos são organizados em escala mundial/nacional, sendo consumidos nos diferentes lugares facilitados pelo avanço do sistema de transportes e pela alteração na produção de alguns produtos alimentícios. Esses produtos elaborados com o uso de aditivos químicos, com o objetivo de proporcionar maior durabilidade, permitem que sua comercialização seja executada em várias partes do mundo. Nesse sentido, a distância deixa de ser um problema para a distribuição em escala global, pois o controle capitalista se manifesta não só no espaço, mas também no tempo como afirma Coca:

No espaço, ele se caracteriza pelo distanciamento entre produtores e consumidores. Grande parte dos alimentos percorre milhares de quilômetros até ser consumido pela população, ao mesmo tempo em que agricultores familiares/camponeses locais não possuem canais de comercialização suficientes para sua produção. No tempo, percebe-se cada vez mais a utilização de mecanismos de controle dos recursos genéticos com o intuito de maximizar o processo produtivo, todavia, desprezando os conhecimentos tradicionais da população do campo (COCA, 2016, p. 35).

De acordo com o autor, tal modelo de produção é responsável pela desconexão entre os que produzem esses alimentos e aqueles que os consomem. Ademais, esse sistema produz a homogeneização das dietas alimentares, acarreta profundas transformações econômicas e sociais, além de excluir ou substituir os alimentos culturalmente enraizados e básicos da população brasileira.

As corporações estão mais preocupadas com o processo de acumulação, transformando o alimento em mercadoria, tendo em conta serem produzidas para maximizar os lucros e não diretamente para atender às demandas das dietas humanas. Assim, “As grandes corporações formatam a relação espaço-tempo do processo de alimentação tendo a obtenção de lucros ampliados como objetivo principal” (COCA, 2016, p. 33). Desse modo, favorecem a produção e a distribuição de gêneros alimentícios que lhes sejam mais rentáveis.

O distanciamento que ocorre entre os produtores e os consumidores provoca novas discussões sobre quem coloca a comida na mesa, se terão alimentos suficientes para a subsistência e quais meios irão possibilitar tal acesso. Essas incertezas econômicas, sociais e ambientais são intensificadas e impulsionam a reflexão sobre a importância e a urgência de mudanças conjunturais e estruturais para romper com o modo de produção e consumo nesses moldes do sistema capitalista.

A preocupação com os impactos causados pelo modelo de produção baseado no uso dos pacotes tecnológicos tem ganhado visibilidade mundial/nacional nos espaços acadêmicos, nos movimentos sociais e naqueles realizados pelos consumidores. Os debates se propagam na defesa do paradigma da sustentabilidade agrícola, que propõe um desenvolvimento pautado na produção sustentável, pensando no aproveitamento dos recursos produtivos locais. Essa atenção com a preservação ecológica se mostra, inclusive, crescente quanto à procura por produtos alimentícios, fazendo com que o mercado o consumidor cresça e busque uma alimentação saudável, que respeite a natureza. Para Bertoni e Menezes (2022) o crescimento dos cultivos agroecológicos conformam como uma

[...]contraofensiva fundamentada nos preceitos de conservação dos sistemas agrícolas, com respeito ao meio ambiente e aos saberes e fazeres tradicionais. A produção alicerçada por uma de maneira sustentável e livre de aditivos químicos, uso de tecnologias sociais, sementes crioulas (BERTONI e MENEZES, 2022, p. 110).

As práticas pautadas em um manejo agroecológico estão direcionadas à segurança e à autossuficiência alimentar, fundamentadas na autogestão, na participação dos agricultores, na

preservação da cultura, tal como na conservação e na recuperação dos recursos naturais (ALTIERI, 2012; NIEDERLE; ALMEIDA, 2013; SILIPRANDI, 2015). Os agricultores e os pesquisadores das práticas agroecológicas alertam sobre a preocupação de adotar práticas que reduzam o desequilíbrio ambiental a fim de garantir a soberania alimentar³ da sociedade. As críticas ao modelo alimentar convencional instigam pela valorização dos sistemas de produção orgânica e a agroecológica, tratando como fundamentais o cultivo de alimentos limpos, sadios e livres de agrotóxicos (NIEDERLE; ALMEIDA, 2013). Desse modo, surgem inúmeros debates e formação de grupos conscientes, preocupados com a escolha dos seus produtos.

Alguns anos depois, de forma concomitante ao movimento biodinâmico, Sir Albert Howard dá início a pesquisas na Índia, o qual demonstra a relação entre a estrutura orgânica do solo, a saúde e a resistência humana. Esses estudos se tornaram, no livro *Um Testamento Agrícola* em 1940, marco da agricultura orgânica. Entretanto, somente em 1943, com a publicação de *The Living Soil* (O solo vivo), da pesquisadora Lady Balfour, é que a comunidade europeia passou a adotar esse conceito, surgindo, assim, a *The Soil Association* (Associação do Solo), que é o principal órgão que representa o setor orgânico na Grã-Bretanha (KAMIYAMA, 2011).

De acordo com Darolt (2005), o estudioso Howard, ao observar a agricultura realizada pelos hindus, identificou que não eram utilizados fertilizantes e insumos agroquímicos nas produções, sendo verificado, na ocasião, conseqüentemente, que os animais se encontravam com menos enfermidades em relação aos que eram criados próximos a cultivos convencionais. Fundamentada no princípio do equilíbrio biológico nas propriedades e na ciclagem de nutrientes, a agricultura orgânica tem como base o uso de resíduos orgânicos vegetais e animais.

No que concerne à comparação dos sistemas orgânico e convencional de produção, autores como Altieri (2012), Darolt (2005), Kamiyama (2011) afirmam que a agricultura orgânica se contrapõe à convencional, como está apresentado no Quadro 1 as principais diferenças existentes entre esses dois cultivos.

³ “O acesso a um alimento saudável e de boa qualidade é um direito universal dos povos e deve se sobrepor a qualquer fator econômico, político ou cultural que impeça sua efetivação. Todas as pessoas devem ter direito a um abastecimento alimentar seguro, culturalmente apropriado e em quantidade e qualidade suficiente para garantir seu desenvolvimento integral. [...] Nesta perspectiva, a noção de Soberania Alimentar incorpora várias dimensões – econômicas, sociais, políticas, culturais e ambientais – relacionadas ao direito de acesso ao alimento; à produção e oferta de produtos alimentares; à qualidade sanitária e nutricional dos alimentos; à conservação e controle da base genética do sistema alimentar; às relações comerciais que se estabelecem em torno do alimento, em todos os níveis” (MEIRELLES, Laércio, 2004, p. 11).

Quadro 1 – Principais diferenças entre sistema convencional e orgânico.

INDICADORES	CONVENCIONAL	ORGÂNICO
Manejo do solo	Degradação ambiental por práticas inadequadas: • Monocultura; • Uso intensivo de máquinas; e implementos agrícolas; • Baixa cobertura do solo.	Preservação ambiental por uso de boas práticas agrícolas: • Maior diversidade de uso do solo; • Uso racional de máquinas e implementos; • Boa cobertura do solo.
Pragas e doenças	Medidas de controle: • Uso intensivo de agrotóxicos. • Favorecimento de novas espécies de pragas e doenças. • Eliminação dos inimigos naturais das pragas pelo uso inadequado de agrotóxicos.	Uso de medidas preventivas: • Manejo ecológico de pragas e doenças. • Quando necessário, utilização de produtos não contaminantes.
Adubação	Uso intensivo de adubos químicos.	Uso de adubos orgânicos (composto, esterco, adubo verde).
Números de espécies ou variedades (plantas e animais)	Plantas e animais selecionados para altos rendimentos.	Uso de variedades e espécies mais resistentes e adaptadas ao ambiente da produção.
Sustentabilidade	Alta dependência externa de insumos e de energia não renovável.	Busca a autosustentabilidade dos sistemas de produção.
Riscos de contaminação	Contaminação de trabalhadores rurais e consumidores por usos indevidos de agrotóxicos. Contaminação ambiental.	Produção de alimentos livres de contaminação por agrotóxicos. Preservação ambiental.
Impactos sobre recursos hídricos	Maior impacto.	Menor impacto.

Fonte – Adaptação KAMIYAMA (2011, p. 28).

Ao analisarmos a produção convencional é possível perceber que esse mecanismo não consegue atender aos requisitos mínimos para estabelecer uma agricultura sustentável, em se tratando do ponto de vista ecológico, econômico e social. De acordo com Bombardi (2016), a cada ano, a população brasileira tem consumido cada vez mais alimentos com dosagens de agrotóxicos acima do autorizado pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA).

No Brasil, os princípios da agricultura orgânica, por sua vez, tiveram início ainda nos anos 1970, em que o modelo convencional de produção passa a ser repensado. Segundo Farias (2011, p. 63), a agricultura orgânica é “definida como sistemas orgânicos que buscam obter solos e lavouras saudáveis com práticas de reciclagem dos nutrientes e da matéria orgânica, na forma de devolução dos resíduos de cultura ao solo, rotação de culturas e práticas apropriadas do solo”. A produção sustentável apresentada pelo autor tem como objetivo conservar os recursos naturais, o meio ambiente e, também, obter produtos mais saudáveis. Todavia, quando incorporada pela produção orgânica empresarial, não se preconiza a exclusão completa das tecnologias utilizadas pela agricultura convencional, mas tenciona-se adequá-la a uma produção sustentável.

Somente em 1999, o Ministério da Agricultura apresenta uma Instrução Normativa 07/99, que propõe a normatização desses produtos orgânicos, apontando que todo e qualquer alimento ou produto que adota os princípios básicos agroecológicos são também conhecidos como alimentos orgânicos, em que se identifica diversos movimentos ou processos como: agriculturas alternativas, biológicas, orgânicas, naturais, as relativas à biodinâmica e à permacultura. A normativa regulamenta como produzir, processar, envasar, distribuir e certificar a qualidade dos alimentos orgânicos. Essa produção intenta atender a demanda e ao mercado, não fazem uso de produtos químicos sintéticos ou alimentos geneticamente modificados; pode também englobar alimentos processados e industrializados, contanto que não possuam insumos químicos, fertilizantes e pesticidas sintéticos na sua produção.

Neste sentido, Farias (2011) destaca que,

Os produtos orgânicos usam maquinário moderno, variedades recomendadas, sementes certificadas, adotam manejo adequado dos animais, práticas de conservação da água e do solo, métodos inovadores de reciclagem de restos orgânicos e de manejo de resíduos. (FARIAS, 2011, p. 63)

Essa categoria busca atender a uma demanda e a padrões de produtos para fortalecer seu comércio. Sabe-se que “A categoria de alimento orgânico ou produto orgânico se legitimou internacionalmente para referência do que poderia ser comercializado nesse sentido e estabeleceu-se assim os sistemas de garantia da qualidade desses produtos pela certificação” (OLIVEIRA, 2014, p. 23). Ademais, ocorre a padronização desses alimentos, a partir dos selos de certificação, a fim de atender ao mercado não só nacional, mas global.

Para os autores Portilho (2005a) e Gonçalves-dias; Moura (2007), o consumo verde, no Brasil, cresce a cada dia, mas, inicialmente, caracterizou-se a partir dos programas voltados para a educação ambiental cujo incentivo estava focado em atividades que envolviam a reciclagem dos resíduos sólidos e a redução do desperdício. Contudo, nos últimos anos, o avanço da procura por alimentos ecológicos é incrementando à oferta nas prateleiras dos supermercados.

Segundo Portilho (2005a, p. 3), o consumidor verde é amplamente definido “como aquele que, além da variável qualidade/preço, inclui em seu ‘poder de escolha’, a variável ambiental, e preferência por produtos que não agredam ou sejam percebidos como não-agressivos ao meio ambiente”. Nessa perspectiva, a autora aponta o consumo verde relacionado às grandes corporações que se apropriam do debate relacionado às questões ambientais. Dessa forma, a responsabilidade recai sobre o consumidor, sendo transferida para ele essa incumbência a partir do momento que o Estado e as empresas o encorajam sobre as responsabilidades individuais, através de referências ao poder do consumidor e à contribuição, de forma consciente, que cada um deve ter de suas responsabilidades para com a proteção ambiental.

Assim como Portilho (2005a), Gonçalves-Dias e Moura (2007) apontam que “o consumidor é o principal agente de transformação”. Na medida em que se demandam produtos ecológicos, as indústrias, para atendê-lo, apropriam-se das alternativas ecológicas para o seu beneficiamento. Esse consumidor, para Lipovetsky (2007), representa o novo perfil, que está preocupado em manter seu *status* e em mostrar para a sociedade que adota um estilo de vida, que cuida da sua saúde, além de estar apoiando as causas ambientais. Entretanto, não avançam sobre as discussões ou as consequências sobre o meio ambiente e o consumismo.

As ações e as escolhas individuais motivadas por preocupações ambientais passaram a ser vistas como essenciais, e o consumidor passou a ser visto como o responsável de suas demandas cotidianas, por mudanças nas matrizes energéticas e tecnológicas do sistema de produção. Os consumidores acreditam que optar por esses produtos e colaborar para o aumento da reciclagem sejam sua contribuição, porém, não consideram o atual nível de consumo como um problema (PORTILHO, 2005a). Diante dessa nova perspectiva de mercado, cresce o número de empresas que apostam na produção dos alimentos orgânicos e, veem, nesse novo nicho, uma oportunidade de ampliar e recuperar clientes, bem como de expandir sua área de atuação e lucro (PORTILHO, 2005a; GONÇALVES-DIAS; MOURA, 2007).

Os alimentos orgânicos apresentam, na sua produção, a utilização de práticas agrícolas tradicionais, porém são feitas, nesse processo, adaptações com tecnologias que estão voltadas para a produção agropecuária, visando a ampliar a produtividade e a minimizar os impactos nos agroecossistemas, evitando, então, o uso de agrotóxicos e insumos químicos na produção.

Essa categoria busca atender a uma demanda e aos padrões de produtos para fortalecer seu comércio. Então, “A categoria de alimento orgânico ou produto orgânico se legitimou internacionalmente para referência do que poderia ser comercializado e estabeleceu-se assim os sistemas de garantia da qualidade desses produtos pela certificação” (OLIVEIRA, 2014, p. 23). Ocorre, dessa maneira, a padronização da qualidade desses alimentos, a partir dos selos de certificação, com o intuito de atender ao mercado não só nacional, mas global.

Tais produtos apresentam uma produção nos moldes de uma agricultura convencional, desde que não usem os defensivos químicos no combate às pragas. Os agricultores familiares camponeses devem fazer o Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos. Para comercializar, desde janeiro de 2011, os produtores precisam de uma certificação para identificá-los. No Brasil, é utilizado um Selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SisOrg); esse distintivo deve estar estampado nos rótulos dos produtos e permite que os alimentos sejam comercializados em supermercados e em outros estabelecimentos. Já os restaurantes, hotéis e lanchonetes que oferecem pratos produzidos por alimentos orgânicos ou com ingredientes devem deixar à disposição dos consumidores a lista com os ingredientes e o nome dos fornecedores (DAROLT, 2015).

Em contraposição ao consumo verde, Portilho (2005b) enfatiza que as ações no cotidiano e no modo de consumir os alimentos são fundamentais para que o ato de comer se torne político. A autora alude que a alimentação no Brasil, como campo político, ganha visibilidade em cada prática, como a de não consumir alimentos industrializados ricos em açúcar, gorduras saturadas e sódio.

O comer politizado demanda e promove crescimento de cooperativas que produzem alimentos agroecológicos, e asseguram a importância do agricultor familiar, responsáveis por produzirem alimentos saudáveis, além de promover e garantir a segurança alimentar nutricional. Assim, seguiremos a discursão apresentando as discussões a respeito da agricultura agroecológica que permitirá repensar os prejuízos ecológicos, sociais e econômicos causados pela agricultura convencional.

2.2.1 Agricultura agroecológica

Nos anos 1980, surge a agroecologia como uma resposta teórica, metodológica e prática à crise ecológica e social que a agricultura moderna e a industrialização de alimentos causaram nas áreas rurais. No entanto, de acordo com Susanna Hecht (1993, p. 4), “a ciência e a prática da agroecologia são tão antigas como a origem da agricultura”, isto é, ela tem resgatado uma herança agrícola que a produção moderna despreza, seja pelo preconceito de classe, etnia, cultura ou gênero que ocorrem desde os processos de colonização. A autora ressalta também que esses manejos agrícolas incluíam rituais ricos em simbologias que auxiliavam os povos originais na sistematização dos conhecimentos e na propagação dos costumes ao tratar e ao fazer uso da terra.

Nessa perspectiva, os “saberes agroecológicos são uma constelação de conhecimentos, técnicas, saberes e práticas dispersas que respondem às condições ecológicas, econômicas, técnicas e culturais de cada geografia e de cada população” (LEFF, 2002, p. 37). De acordo com o Leff (2002), esse conhecimento tradicional está embasado nas cosmovisões, nas teorias e nas práticas dos agricultores familiares camponeses. Nesse ponto de vista, o conhecimento científico deve se agregar ao saber tradicional. Outrossim, esses saberes estão fundamentados em práticas sustentáveis, que buscam encontrar o equilíbrio do ambiente por meio das relações socioespaciais, econômicas e culturais. Diante disso, concordamos com a afirmação de Carvalho:

Com relação à agroecologia, o que se pode adiantar é que tem sido um conceito construído para explicar essas mudanças de paradigmas da agricultura na atualidade, inserindo uma preocupação com o social e a preservação do meio ambiente no conjunto das práticas agrícolas. Além desses aspectos, no contexto acadêmico tem-se entendido essa perspectiva tratando-a como enfoque teórico que proporciona as bases científicas para o desenvolvimento da agricultura sustentável (CARVALHO, 2008, P. 32).

O autor afirma que a agroecologia envolve o diálogo entre diversas formas de conhecimento, em que se busca compreender novas tecnologias e estratégias de ação produtiva que adotam condutas responsáveis com o meio ambiente.

Conforme os autores Francis et. al. (2003, p. 100), “agroecology as the integrative study of the ecology of the entire food system, encompassing ecological, economic and social

dimensions⁴”. Essa definição busca abarcar a totalidade e a conectividade dos sistemas, mantendo o foco na singularidade de cada lugar, estimulando soluções que são mais apropriadas aos recursos disponibilizados.

Além disso, para os autores, “Our societies are open systems that result from human actions and are based on demands, wishes, and vision. It is essential that we integrate human behavior as an important driving force in the system⁵” (FRANCIS et. al., 2003, p. 102). Ao contrário do sistema atual dominante, a agroecologia busca integrar, ao sistema agroalimentar, os consumidores para que compreendam os custos-benefícios de um alimento saudável e que proporcionem segurança alimentar nutricional.

A agroecologia, enquanto estratégia teórica e metodológica, configura-se como um campo de saberes práticos de uma agricultura sustentável que pretende contrapor o desenvolvimento dos modelos agrícolas depredadores que geram a atual crise ecológica. Segundo Veigas, a agroecologia é “[...] um movimento alternativo às formas hegemônicas do sistema agroalimentar possui alguns princípios que orientam a sua atuação” (VEIGAS, 2016, p. 36). Assim, na concepção do autor, a agroecologia constitui um caminho alternativo para combater a lógica da produção e a especialização de *commodities* realizadas pelas empresas capitalistas.

Para Altieri (2012), a agroecologia apresenta também saberes científicos que se utilizam de distintas áreas de conhecimento, desta forma:

A agroecologia fornece as bases científicas, metodológicas e técnicas para uma nova revolução agrária não só no Brasil, mas no mundo inteiro. Os sistemas de produção fundada em princípios agroecológicos são biodiversos, resilientes, eficientes do ponto de vista energético, socialmente justos e constituem os pilares de uma estratégia energética e produtiva fortemente vinculada a noção de soberania alimentar (ALTIERI, 2012, p. 15).

O autor assevera que a agroecologia é uma ciência que estuda as relações de produção entre o homem e a natureza, buscando a sustentabilidade ecológica, econômica, social, cultural, política e ética da produção.

Enquanto isso, Gliessman (2002) afirma que

⁴ “Agroecologia como estudo integrativo da ecologia de todo o sistema alimentar, englobando dimensões ecológicas, econômicas e sociais” (FRANCIS et. al., 2003, p. 100, tradução nossa).

⁵ “Nossas sociedades são sistemas abertos que resultam de ações humanas e se baseiam em demandas, desejos e visão. É essencial que integremos o comportamento humano como uma importante força motriz no sistema” (FRANCIS et. al., 2003, p. 102, tradução nossa).

La manipulación y la alteración que el ser humano hace de los ecosistemas con el propósito de producir alimentos hace que los agroecosistemas sean muy diferentes a los ecosistemas naturales. Sin embargo, al mismo tiempo es posible observar en los agroecosistemas los procesos, la estructura y otras características de un ecosistema natural (GLIESSMAN, 2002, p. 24)⁶.

Conforme o autor, em relação ao manejo de agroecosistemas, é necessário compreender a dinâmica da biodiversidade encontrada nos sistemas agrícolas, nos quais alcançam o equilíbrio e a restauração das funções naturais. Altieri (2012) corrobora as discussões de Gliessman (2002) e complementa que os agroecosistemas devem estar voltados para todas as inter-relações envolvidas nas formas e nas dinâmicas entre os elementos ambientais e humanos.

Siliprandi (2015, p. 81), ao abordar tal sistema agrícola, ressalta: “em linhas gerais, a agroecologia pretende apoiar a transição dos atuais modelos de agricultura e de desenvolvimento rural, considerados insustentáveis, para outros, sustentáveis”. Isso significa no dizer da autora, a agricultura sustentável não está preocupada apenas com a substituição tecnológica e com o uso de insumos químicos, mas, sim, com os resultados que essa produção moderna terá, tanto no âmbito social, como no econômico e no político. Na agroecologia, o camponês não executa técnicas desenvolvidas por órgãos de pesquisa e por extensionistas que estão a serviço do agronegócio, mas, buscam, nas suas experiências e com as práticas de outros agricultores, a solução para os problemas no campo, sendo protagonistas na construção de uma agricultura sustentável (LEFF, 2002; ALTIERI, 2012; SILIPRANDI, 2015).

Compreende-se, então, com esses diálogos, que o enfoque agroecológico não é apresentar uma nova forma ou uma revolução na produção, mas sim uma prática contra hegemônica, embasada no conhecimento local e no respeito aos saberes tradicionais, podendo integrar o conhecimento científico. Portanto, a agroecologia pretende superar o modelo capitalista, que é excludente e socioambiental inadequado, por cultivos agrícolas que incorporem princípios e tecnologias de base ecológica.

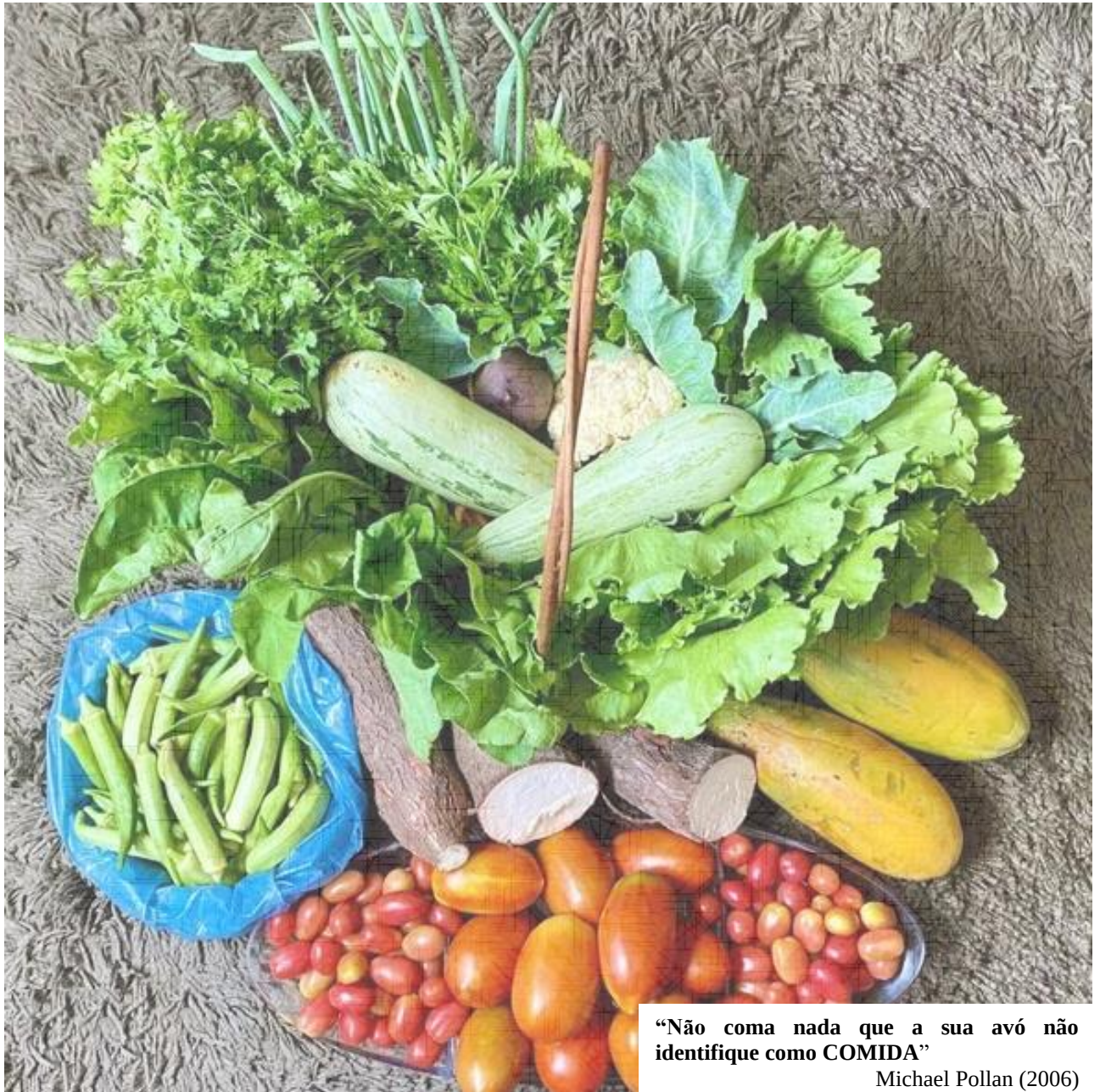
A construção de um modelo de agricultura que busca resgatar os princípios ecológicos não sugere um retorno ao passado, mas uma reflexão, um olhar crítico, para conhecer a lógica e as dinâmicas que a agroecologia proporciona, ao tentar conectar todos os envolvidos no

⁶ A manipulação e a alteração humana dos ecossistemas para efeitos de produção alimentar tornam os agroecosistemas muito diferentes dos ecossistemas naturais. Contudo, ao mesmo tempo, é possível observar nos agroecosistemas os processos, a estrutura e outras características de um ecossistema natural (GLIESSMAN, 2002, p. 24, tradução nossa).

processo. Quando se incorpora questões sociais, respeito à cultura e conhecimento local, essa prática intenta preservar a identidade, os costumes e as tradições de cada povo, o que resulta na conquista de direitos socioculturais e na melhoria da qualidade de vida desses agricultores familiares camponeses (SILIPRANDI, 2015).

Na sequência, aborda-se a constituição dos movimentos sociais, das associações, da rede de agricultores e dos espaços para a comercialização dos produtos agroecológicos e orgânicos nos centros urbanos.

3.CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO AGROECOLÓGICA E ORGÂNICA



“Não coma nada que a sua avó não identifique como COMIDA”

Michael Pollan (2006)

Fonte –Arquivo pessoal do Agricultor familiar camponês.
Foto – Agricultor Delson dos Orgânicos (2021).

3. CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO AGROECOLÓGICA E ORGÂNICA

Quando é analisada a comercialização de alimentos, percebe-se que, normalmente, poucos supermercados controlam esse setor, e, muitas vezes, as empresas são responsáveis pelo fechamento do comércio local, dificultando também a comercialização realizada pelos agricultores familiares camponeses.

De acordo com Altieri (2012), Bava (2012) e Siliprandi (2015), a crise que tal modelo de desenvolvimento apresenta tem alertado e possibilitado espaços alternativos, fazendo surgir novas vozes e discussões para gerar vida e não a exploração e a destruição; esse modelo procura pensar no que o homem de fato precisa e, não, nos interesses das empresas. Dito isto, temos dois modelos de sistemas que se contrapõem, “o dos circuitos longos de produção e consumo, domínio das transnacionais; e o dos circuitos curtos de produção e consumo, que são o campo de atuação dos atores e da economia local” (BAVA, 2012, p. 180). Em outros termos, segundo o autor, o importante não é substituir um circuito pelo outro, mas criar estratégias que fortaleçam o setor que integra o maior número possível de atividades e que beneficie programas sociais e que estimule as pequenas iniciativas.

Em relação aos circuitos longos, Bava (2012) entende que,

Ao contrário do que prega a ideologia do mercado, pauperizam o território em que operam, retiram dele recursos naturais e a riqueza gerada pela produção, que é transferida para os centros financeiros internacionais. Como seu objetivo não é o desenvolvimento do território, também não se preocupam com a degradação ambiental que geram. Com a adoção de novas tecnologias, dos avanços na mecanização e na automação, estes grandes empreendimentos passaram também a absorver muito pouca mão de obra local. O saldo para os atores locais e o desenvolvimento do território não é favorável (BAVA, 2012, p. 181).

Para o autor, a organização do circuito longo coloca em risco não só o meio ambiente, mas também a estrutura social e a qualidade de vida, pois as grandes corporações passam a controlar e a concentrar a maior parte das terras no Brasil, causando a expulsão dos agricultores familiares camponeses de suas terras.

Os mercados de alimentos convencionais atendem aos interesses das grandes corporações, como os supermercados, os hipermercados e suas redes varejistas que visam ao lucro. Segundo Silva (2015, p. 31), esses estabelecimentos “não se atentam aos aspectos ambientais e sociais da cadeia produtiva”. Para o autor, essas redes convencionais não levam em consideração as relações sociais que estão envolvidas no processo e, principalmente, os impactos ambientais causados.

Para Sesse Filho (2003), os supermercados estão crescendo de forma acelerada. Pequenas e grandes redes multinacionais expandem as ofertas de novos produtos processados no Brasil; fazem uso do *marketing* e da publicidade para conquistar mais consumidores; mostram conforto e praticidade ao encontrar em um único lugar todos os produtos da cesta básica; além de apresentar uma grande variedade dos produtos ofertados. Tudo isso, impacta, de forma direta, a dieta alimentar do consumidor, pois são ofertados, a cada dia, mais alimentos processados, que são vendidos também porque essas mercadorias exigem menos tempo de preparo.

Com o desenvolvimento e a inovação das indústrias de alimento, é possível alcançar, cada vez mais, novos consumidores, além de satisfazer às expectativas e aos estilos de vida diversos, contemplando os gostos de um público maior. De acordo com Garcia (2003) e Sesse Filho (2003), esses mercados oferecem, cada vez mais, alimentos que sejam enlatados, em conserva, pré-lavados, pré-cozidos e assados, para atender às demandas alimentícias específicas, porém, sem acrescentar qualidade alimentar e nutricional aos consumidores. Por essa razão, surgem grupos preocupados com a forma como esses alimentos são fabricados, de onde eles vieram e quem os produziu.

Segundo Pollan (2007; 2013) e Contreras (2011), é possível perceber uma crescente preocupação com a saúde. A cada dia, aumentam-se os números de pessoas que têm se preocupado com a qualidade dos alimentos; que estão atentos aos escândalos alimentares e aos abusos vinculados a redução do bem-estar dos animais. O distanciamento causado por esses novos modelos de produção é responsável pelo afastamento entre a produção, o processamento e o consumidor final. Por esse motivo, faz-se necessário criar mecanismos de garantias de segurança na qualidade do que é consumido, porém, polêmicas alimentares geram desconfianças, e as pessoas estão deixando de acreditar em instituições de controle de qualidades do que é consumido.

Com as novas técnicas de produção, com o desenvolvimento dos meios de transporte, com a dinamização, com a ampliação e a modernização dos mercados de produtos convencionais, a agricultura familiar camponesa enfrenta problemas para encontrar espaço nos mercados para comercializar seus produtos.

De acordo com Darolt e Constanty (2008), os agricultores de alimentos orgânicos que comercializam de forma indireta, mantendo vínculo com empresas, sobretudo, com as redes de supermercado, perdem a sua autonomia de produção mais diversificada, concentrando-se em

um sistema de três a cinco espécies. Neste sentido, sua relação com os consumidores é pouco ou inexistente.

Os mercados convencionais que comercializam os produtos orgânicos podem até suprir uma demanda existente por esses alimentos saudáveis e sem o uso de agrotóxicos, mas, como seu viés é econômico, não propiciam as funções sociais, que são importantes para a promoção e para a emancipação dos agricultores familiares camponeses.

Autores como Altieri (2012), Niederle; Almeida (2013) e Siliprandi (2015) mostram que é importante fortalecer as iniciativas que se contrapõem a esse mercado dominante. Urge, então, a necessidade de se valorizar os sujeitos locais, que se promovam ações, a partir de novas estratégias destinadas à valorização dos mercados alternativos, aproximando o consumidor dos produtores, permitindo a identificação do que é consumido.

De acordo com Schneider (2021), as cadeias/circuitos curtos de comercialização de alimentos agroecológicos não são algo inédito, porém, ganham relevância a cada dia, pois têm promovido inovações que fortalecem as práticas locais, contrariando, assim, a lógica estabelecida pelas cadeias longas e pelo sistema convencional que se globalizaram e que exercem grande poder e influência.

Por conseguinte, os circuitos curtos de comercialização ressurgem para apontar respostas que possibilitem novas saídas e que sirvam para responder aos limites e aos gargalos apontados pelo sistema dominante atual. Para continuar a discussão, segue, no Quadro 2, a caracterização do sistema convencional ou de circuitos longo de comercialização e de redes agroalimentares alternativas ou circuitos curtos de comercialização propostos por Rover e Darolt (2021).

Quadro 2 – Sistemas agroalimentares convencionais e as redes agroalimentares alternativas.

Características e categorias de análise	Sistema agroalimentar convencional	Redes agroalimentares alternativas ou cidadãos
Canais de Vendas e relação com intermediários	Canais longos; Maior número de intermediários e atravessadores.	Canais curtos; Venda direta ou no máximo um intermediário “engajado” no processo.
Distância e relação com consumidores	Afastamento entre produção e consumo (espacial, informacional e relacional); Menor conexão produtor-consumidor.	Proximidade; Identidade territorial; Informação da origem, produtor, sistema produtivo; Maior conexão entre produtores e consumidores.
Gestão	Gestão por contratos; Cooperativismo industrial; Integração vertical.	Autogestão; Maior participação; Intercooperação; Circuitos de comercialização em redes.
Escala Saudabilidade Padrão de consumo Produtos Embalagens	Mercado global, commodities; Grande escala; Grande presença de produtos processados e ultra processados; Baixa saudabilidade; Consumo de massa; Grande uso de embalagens plásticas.	Mercados locais; Escala ajustada aos contextos territoriais; Produtos da época; Foco em produtos mais saudáveis; Artesanais; Coloniais; <i>In natura</i> ou minimamente processados; Consumo consciente; Qualidade biológica; Redução de embalagens (produtos a granel).
Qualidade	Padronização; Especialização; Visão de produto (aparência, tamanho, durabilidade).	Diferenciação; Visão de processo (qualidade biológica, frescor, sabor, gastronomia); Segurança alimentar.
Relações e valores entre atores	Relações impessoais, foco na compra e venda; Competição; Anonimato dos produtores.	Construções sociais; Resgate de valores, tradições, modos de vida; Confiança; Solidariedade; Transparência; Democracia alimentar.
Preços Autonomia Dependência Perdas Risco	Preços baixos – intermediários e empresas comercializadoras ficam com a maior parte do valor do alimento; Concorrência; Menor autonomia; Maior dependência do sistema; Perdas e desperdício; Maior risco para produtor.	Busca de preços justos – valorização dos agricultores; Cooperação social; Maior autonomia; Interdependência e inter-relação entre atores; Menor perda de produtos; Riscos são mais controlados para o produtor.
Logística	Adaptada para larga escala e especialização de produtos e processos	Em construção quanto à infraestrutura e aos processos. Complexa pela diversidade de produtos, produtores e situações de abastecimento.
Sistemas de produção predominantes	Convencional; Industrial;	Orgânico; Agroecológico;

Agrobiodiversidade Tipos de agricultores	Empresarial; Baixa agrobiodiversidade; Agricultores inseridos em cadeias bem definidas e agricultores familiares consolidados.	Agricultura familiar (AF); Maior agrobiodiversidade; Agricultores familiares diversificados, AF vulneráveis e se inserindo nos mercados; Pluriatividade (importância da renda não agrícola).
Representatividade nas vendas	Grande escala	Pequena escala.

Fonte – Elaboração SANTOS, Letícia Menezes (2022), adaptado de Rover e Darolt (2021).

Para garantir uma transição agroecológica sustentável, é preciso mais que aproximação entre produtores e consumidores, mas também considerar a rede de atores e instituições num sentido amplo, entendendo o envolvimento de todos os agentes do sistema agroalimentar em cada território (DAROLT, LAMINE E BRANDEMBURG, 2013). Segundo Darolt, Lamine e Brandemburg (2018), os governos teriam um papel catalizador, facilitador e acelerador por meio de políticas públicas e legislações que permitem impulsionar a agricultura familiar, a agroecologia e os circuitos curtos de comercialização (Figura 2).

Figura 2 – Atores do sistema agroalimentar na transição agroecológica.



Fonte – Elaboração SANTOS, Letícia Menezes (2022), adaptado de Rover e Darolt (2021).

Segundo Rover e Darolt (2021), o abastecimento alimentar que acontece pelas redes alternativas é realizado, muitas vezes, nos circuitos curtos de comercialização. Nesses espaços, o produto que chega nas mãos do consumidor apresenta informações importantes, que permitem ao comprador identificar onde o produto foi produzido, ou seja, sua origem, quem é o produtor, e qual o sistema de produção desses alimentos. Para os referidos autores, a redução no número de intermediários, entre quem produz e o consumidor, além dos elementos espaciais e socioculturais, são fundamentais num CCC. Ademais, destaca-se: “a proximidade espacial entre produtores e consumidores; a distância relacional e informacional entre ambos, possibilitando conhecer o local, o modo de produção, as tradições e a cultura alimentar dos alimentos”. (ROVER e DAROLT, 2021, p, 27).

De acordo com Schneider (2021), os circuitos curtos de comercialização conseguem:

Saber quem produz, onde se produz e como é produzido faz diferença para os consumidores. Portanto, no lugar da indistintibilidade, da ubiquidade e da indiferença surge a singularidade, a especificidade e a peculiaridade. Um segundo aspecto que estes circuitos são capazes de superar refere-se ao risco e à incerteza, que é responsável pela geração de enormes custos de transação. Os circuitos curtos possuem a capacidade de criar reconhecimento e gerar confiança entre os agentes que participam das trocas de bens e produtos (SCHNEIDER, 2021, p. 15).

Segundo o autor, os CCC possibilitam criar uma relação de proximidade entre produtor e consumidor no momento das compras. Outro momento importante para esse fim, são as visitas aos estabelecimentos do agricultor, pois essa ação fortalece a aproximação, produzindo elos e possibilitando ao consumidor conhecer o lugar de origem dos alimentos. Esses espaços de comercialização proporcionam o resgate das dimensões ética e moral dos agentes que participam dele, tendo em vista assegurar além da troca de produtos de qualidade, transações econômicas, que valorizam não só os homens, mas também o meio ambiente.

Os agricultores organizados em movimentos sociais, associações e/ou cooperativas buscam a abertura de novos nichos de mercados para a comercialização dos alimentos cultivados de forma agroecológica, de forma direta junto aos consumidores. Trata-se dos denominados Circuitos Curtos de Comercialização (CCC) que, dentre alguns, destacam-se as feiras da agricultura familiar, a entrega de cestas e as lojas organizadas por associações de agricultores familiares camponeses. De acordo com Portilho (2017), as feiras orgânicas são:

Espaços de aquisição de alimentos considerados mais saudáveis, noção aprendida cognitiva, cultural e ideologicamente. A representação do que seja uma “alimentação saudável”, para os consumidores de feiras orgânicas, está ligada, em primeiro lugar, à ausência de agrotóxicos e aditivos químicos, expressa por noções como “natural” e

“puro”. Além disso, está associada a outros atributos, como um sistema de produção e comercialização entendido como “tradicional”, que não prejudica o meio ambiente, nem os pequenos produtores (PORTILHO et. al., 2017, p. 102).

Segundo a autora, as representações do que é uma feira orgânica para os consumidores carregam o ideário que foi construído na década de 1960, como forma de resistência aos processos de industrialização da produção agroalimentar. Para os consumidores, os alimentos adquiridos nesses espaços surgem como resposta para as suas ansiedades, frente à alimentação moderna (PORTILHO et. al., 2017). Isso também está relacionado a ideologias alimentares como o vegetarianismo, veganismo, alimentação orgânica e agroecológica, e, ainda, como esses alimentos são adquiridos e preparados.

No tocante aos consumidores politizados, autores como Betti et.al. (2013, p. 274) indicam “o surgimento de novas identidades de consumo”, sendo o mesmo “reflexo do modo como a sociedade reage diante dessa nova realidade, alterando práticas cotidianas de produção e consumo”, além de transformar a sua relação com a natureza. Desta forma, movimentos sociais são responsáveis pela construção de uma nova cultura, a partir de reflexões e dos discursos que utilizam por meio de novas práticas nos seus hábitos de produção e consumo cujos ideais intentam adotar responsabilidades, solidariedade e ética nas escolhas cotidianas.

Entre as práticas suscitadas pelos movimentos sociais, Betti et. al. (2013, p. 271 - 272) citam: “economia solidária, agroecologia, comércio justo, produtos orgânicos, indicação geográfica, turismo comunitário e *slow food*”. De diferentes modos, são criadas para essas atividades estratégias de circuitos curtos de comercialização. As práticas utilizadas pelos grupos sociais são essenciais para o fortalecimento não só de novas iniciativas, como também alternativas aos modelos do mercado dominante.

Ainda a respeito das mudanças no consumo, Portilho (2005b) apresenta também o movimento de consumidores que utilizam algumas estratégias como formas de politização do consumo: cooperativas, boicotes e rotulagens. As cooperativas de consumo incentivam a agricultura familiar e a economia solidária, promovem, também, a inserção econômica de pequenos produtores e proporcionam uma melhor distribuição de renda, além disso conformam uma “alternativa de fazer compras, visando baratear os produtos de consumo, facilitar o crédito aos associados, vender ao peso certo, oferecer a qualidade que faltava aos armazéns etc.” (PORTILHO, 2005b, p. 199). As demais organizações que apoiam a agricultura camponesa fortalecem esses grupos, minimizando a sua dependência com relação à terceiros e, como consequência, aumentam também a sua autonomia.

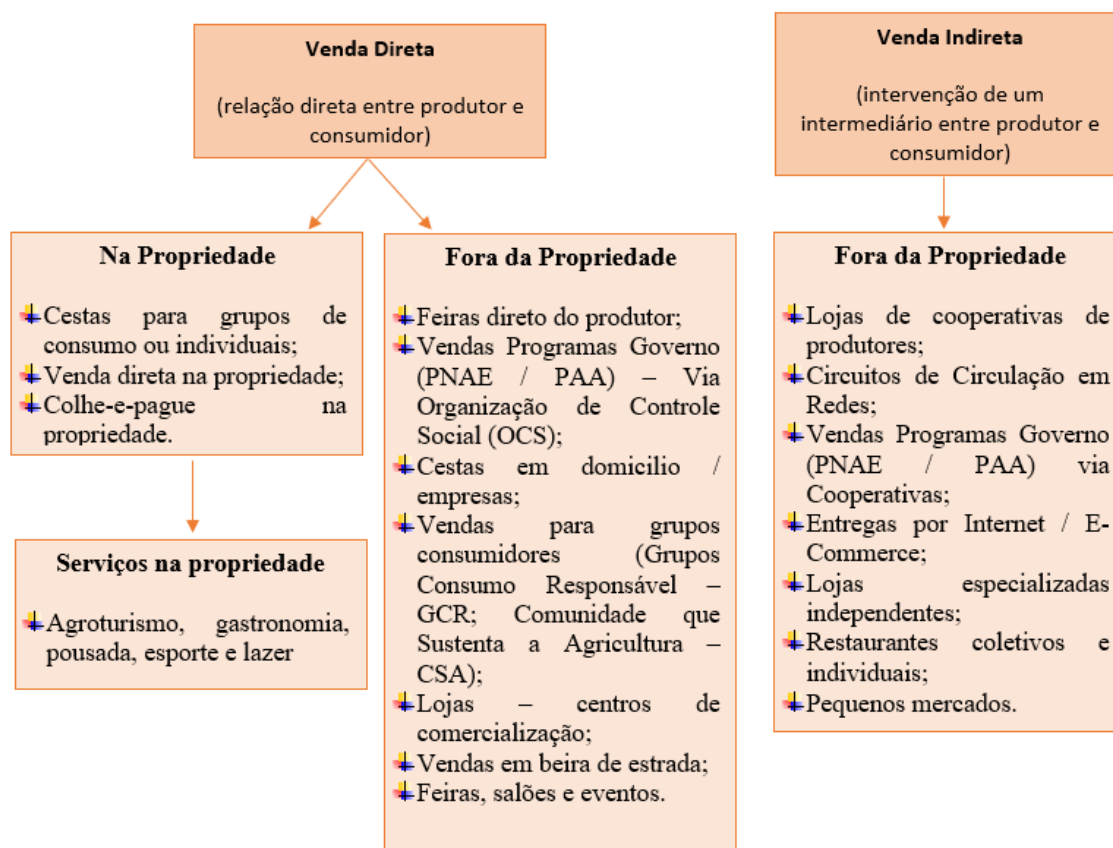
Segundo Fernandez e Ferreira (2017), os movimentos da agricultura alternativa que fazem crítica aos mercados convencionais são responsáveis pelo desenvolvimento de mercados. As autoras apontam que os circuitos de comercialização de alimentos agroecológicos se preocupam não só com a qualidade dos alimentos, por serem livres de agrotóxicos, mas também por promoverem “valores de contracultura e de crítica aos pacotes tecnológicos da agricultura moderna” (FERNANDEZ; FERREIRA, 2017, p. 82).

As pesquisadoras ainda corroboram a ideia de que tais canais de comercialização alternativos não diminuem somente a distância que os alimentos percorrem, mas, de maneira igual, trata-se de “expressão de modos de vida, de novas relações sociedade-natureza e economia” (FERNANDEZ; FERREIRA, 2017, p. 82). Nesses espaços, acontecem, ainda, discussões políticas e culturais que envolvem os diferentes sujeitos, a exemplo dos produtores, dos intermediários, dos técnicos e dos consumidores, que produzem culturas locais.

Autores como Darolt (2013), Silva (2015) e Fernandez e Ferreira (2017) evidenciam a dinâmica da comercialização agroecológica e priorizam os circuitos curtos. Deste modo, os agricultores familiares, além de reduzirem os custos operacionais, têm mais acesso e facilidade de logística, encontrando, nesses espaços, a valorização dos saberes locais, o comércio justo e o resgate de uma identidade ancestral perdida, que está relacionado à comercialização dos alimentos.

De acordo com Darolt, Lamine e Brandenburg (2013, p. 9), o CCC pode ser dividido em venda direta, “quando o produtor entrega diretamente a mercadoria ao consumidor” ou indireta com um único intermediário, “que pode ser outro produtor, uma cooperativa, uma associação, uma loja especializada, um restaurante ou até um pequeno mercado local”. Para os autores, os circuitos de proximidade ou os locais são fundamentais para estreitar as relações entre consumidores e produtores. A procura por esses alimentos apresenta a conexão entre os atores envolvidos e a aproximação do espaço rural, além de manter uma relação mais justa na venda desses alimentos. As relações de proximidade nos CCC entre os agricultores familiares camponeses e os consumidores permitem a troca de saberes entre aqueles envolvidos na sua produção, bem como a aproximação do cliente com o espaço rural.

Figura 3 – Tipos de circuitos curtos de comercialização de alimentos orgânicos e agroecológicos.



Fonte – Elaboração SANTOS, Letícia Menezes (2022), adaptado de Rover e Darolt (2021)

Com base na figura 3, é possível inferir que Silva (2015) discute os CCC e aborda outras definições, inclusive, elabora uma divisão em três grupos. O primeiro é denominado comércio face a face, que nos lembra a abordagem de venda direta abordada por Darolt, Lamine e Brandenburg (2013). O segundo grupo está ligado às agroindústrias familiares e encontra-se relacionado à proximidade espacial que valoriza a produção artesanal, o saber popular atribuídos ao local. Aqui os consumidores encontram os alimentos nos restaurantes locais, em eventos temáticos, feiras, mercados regionais e institucionais. No terceiro tipo, o autor apresenta, como espacialmente estendidos, a comercialização desses alimentos que estão ligados à certificação e à indicação geográfica. Nesse caso, envolve-se, também, longas distâncias e nem sempre o consumidor terá contato direto com o produtor, porém os alimentos precisam apresentar, em suas embalagens, as características do local de produção, como imagens e código de rastreabilidade, permitindo uma ligação entre quem consome e o local de origem. Em relação à valorização da origem dos alimentos, Portilho et.al. (2017, p. 95) ressaltam que a procura tem crescido e está relacionada à busca pelo consumidor em conhecer

os produtos e os processos produtivos envolvidos, principalmente em relação aos considerados “tradicionais e autênticos”.

No Brasil, podemos encontrar estratégias de sobrevivências que possibilitam a várias famílias terem sua renda, contribuindo para a permanência dos agricultores familiares camponeses em seus territórios. Isso se deve às iniciativas que fortalecem as relações sociais de produção e que aproximam o produtor do consumidor final. As ações que não se embasam nas relações capitalistas de produção e consumo marcam as novas formas de trabalho e de gestão que, muitas vezes, são coletivas e têm bases éticas e de solidariedade entre consumidor e produtor.

Em uma pesquisa realizada no Rio de Janeiro e na região Metropolitana, Fernandez e Ferreira (2017) especificam a formação e a dinâmica dos espaços de comercialização realizadas nos CCC, como a Feira Agroecológica da Freguesia, a Feira Orgânica de Campo Grande e a Feira Orgânica do Rio da Prata. As pesquisadoras identificaram que a conquista desses espaços teve sua importância para a divulgação e para a afirmação dos valores agroecológicos. Além disso, enfatizaram a dinâmica existente entre os agricultores familiares e as novas experiências com os quintais produtivos na cidade.

Para a Organização das Nações Unidas e para a Alimentação e a Agricultura (FAO), os circuitos curtos de comercialização são a base para o fortalecimento dos sistemas de produção da agricultura familiar (DAROLT et al, 2016), tendo em vista beneficiarem os produtores. Dentre os benefícios, temos o valor justo atribuído ao produto e ao trabalho realizado pelos produtores.

O modelo de comercialização denominado cadeia/circuito longo é caracterizado pela existência de vários intermediários entre o produtor e o consumidor final. Normalmente, esse tipo gera retorno insatisfatório aos agricultores familiares camponeses, visto que o produtor é quem menos lucra com a venda dos produtos.

Segundo Darolt et al (2016), o circuito dos produtos pode variar a depender do número de intermediários entre produtores e consumidores, pois quanto mais intermediários, maior será esse circuito e o distanciamento entre quem produz e o consumidor final. Assim, para o autor, o número de intermediários é a diferença básica entre os circuitos curtos e longos de comercialização.

No Brasil, os espaços de circuitos curtos crescem a cada dia, e vale ressaltar que, a depender da região, ou da definição que o próprio grupo adota, a venda direta dos produtos pode ser denominada de diferentes formas: circuitos curtos, circuitos de proximidade, circuitos

locais, sistemas alternativos, redes agroalimentares, redes alternativas, canais curtos de comercialização, cadeias curtas, redes alimentares alternativas, cadeias agroalimentares curtas de abastecimento, circulação curta, entre outras (DAROLT et al., 2016).

3.1 Certificação orgânica nos circuitos curtos de comercialização

Com a pressão gerada pela sociedade em busca de produtos de qualidade, surge a necessidade de um mecanismo que regulamente e identifique os produtos orgânicos. Os mecanismos orientam como deve ser o processo produtivo, de uma maneira que se respeite a vida nas suas diversas formas, garantindo a certificação dos alimentos pelos agricultores (DAROLT et al., 2016).

No Brasil, de acordo com o Mapa (2022), três mecanismos de certificação são implementados para que os produtores sejam reconhecidos como produtores orgânicos: Organizações de Controle Social (OCS); Sistemas Participativos de Avaliação da Conformidade Orgânica; e Certificação de Auditoria. Tais certificações têm o objetivo comum de estabelecer uma classificação e uma padronização das atividades agrícolas utilizadas na produção orgânica de acordo com as normas e os regulamentos nacionais para garantir a qualidade dos sistemas de produção (DAROLT et al., 2016).

No Brasil, é utilizado um selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SisOrg). Esse distintivo deve estar estampado nos rótulos dos alimentos e permite que eles sejam comercializados em supermercados e outros estabelecimentos. Já restaurantes, hotéis e lanchonetes que oferecem pratos produzidos por alimentos orgânicos ou com ingredientes devem deixar à disposição dos consumidores a lista com os ingredientes e o nome dos fornecedores.

Organização de controle social – OCS

A Organização de Controle Social (OCS) pode ser formada por um grupo, uma associação, uma cooperativa ou um consórcio, tendo ou não um representante jurídico de agricultores familiares. O decreto nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, garante aos agricultores familiares o credenciamento, numa organização de controle social, cadastrado em órgão fiscalizador oficial.

Este mecanismo de certificação OCS, segundo Darolt (2015, p. 21), é “exclusivo dos agricultores familiares que fazem a venda direta dos seus produtos em feiras, entregas de cestas

ou programas de governo (alimentação escolar e CONAB)”. Para tanto, os agricultores recebem uma declaração de cadastro OCS emitido pelo MAPA após a realização da fiscalização. Tal documento deve estar à disposição dos consumidores no momento da venda direta dos produtos. Em Sergipe, esse é um dos mecanismos utilizados pelos agricultores familiares camponeses e suas cooperativas que comercializam diretamente com os consumidores ou em feiras agroecológicas espalhadas em alguns pontos da capital.

Os mecanismos utilizados pelos pequenos produtores podem ser aplicados a partir de verificações entre os mesmos produtores da área onde é criada a Organização de Controle Social (OCS). A organização pode ser um grupo, uma associação, uma cooperativa ou um consórcio de agricultores familiares, com ou sem personalidade jurídica. Sempre que necessário, o Comitê de Produção Orgânica (CPOrg) de cada unidade deve ser consultado nas decisões técnicas. Quando um produtor se associa à OCS e cumpre os requisitos propostos, obtém-se uma declaração de registro que assegura aos consumidores a compra por produtos orgânicos. Dessa forma, os produtores podem fazer suas vendas diretamente aos consumidores, em feiras de produtos orgânicos (MAPA, 2022).

Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade – OPAC

O Sistema Participativo de Garantia (SPG) consiste em um Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (OPAC), legalmente, constituído por agricultores, consumidores, técnicos e organizações sociais, os quais respondem pela emissão do SisOrg. Trata-se de redes de engajamento social, em que a certificação dos produtores é baseada na participação ativa de atores relevantes, e o sistema é construído na confiança, nas redes sociais e na troca de conhecimento.

Ao debater, trocar experiências e assessorar seus pares, os agricultores garantem sua participação e inclusão no processo (MAPA, 2022). Discussões abertas sobre regras e procedimentos da rede garantem transparência na certificação participativa. Do mesmo modo, os produtores ganham cada vez mais autonomia ao gerenciar as discussões sem a supervisão de sujeitos externos. Essas redes formam centros regionais para facilitar o processo de certificação (DAROLT 2015).

Certificação por auditoria

A Certificação por Auditoria é realizada por uma certificadora pública ou privada, credenciada pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), não possuindo nenhum vínculo com o agricultor, que, por sua vez, analisa a terra e todo o processo produtivo do alimento. Neste tipo, ao passar pela avaliação e aprovação, o alimento recebe o Selo Orgânico Brasil.

De acordo com Oliveira (2016), a Certificação por Auditoria é organizada a partir de leis nacionais, porém, implica maiores custos que depende, principalmente, de outros fatores, a saber: da taxa de inscrição, da verificação do tamanho da área que se pretende certificar, da análise de laboratório do solo e da água, da elaboração dos relatórios, além da observação do deslocamento realizado pelo inspetor que irá acompanhar o processo e, posteriormente, emitir a certificação.

Segundo Darolt (2015), a certificação pode ser adquirida por agências locais, nacionais e internacionais. Atualmente, no Brasil, é possível encontrar certificadoras em todos os níveis. No âmbito nacional, temos a Associação de Agricultura Orgânica de São Paulo (AAO), a Associação de Agricultura Orgânica (AAOCERT); as internacionais norte-americana Farmers Verified Organic (FVO), a francesa Ecocert Brasil, a alemã BCS Öko-Garantie GmbH, a holandesa associação Skal Brasil Certificadora (SKAL) e a suíça IMO Control do Brasil Ltda.

3.2 Tipos de Selos de Certificação Orgânica

É importante lembrar que, uma vez credenciada, o estabelecimento rural estar apto a produzir diversos produtos certificados e, por essa razão, recebem o selo de qualidade. À vista disso, o consumidor deve sempre observar se os produtos disponibilizam os requisitos de qualidade, rastreabilidade, sustentabilidade e padrão de vida dos produtores (MAPA, 2014). Além disso, quem consome esses produtos deve observar o selo obtido pelos diferentes mecanismos de certificação, como os participativos de avaliação e de conformidade orgânica, quanto de certificação por auditoria, sabendo-se que cada um desses possui sua peculiaridade (Figura 4).

Figura 4 – Selo de Orgânico pelo Sistema Participativo (1), Certificação por auditoria nos produtos orgânicos (2) e Declaração de Cadastro de Produtor Vinculado a OCS (3)

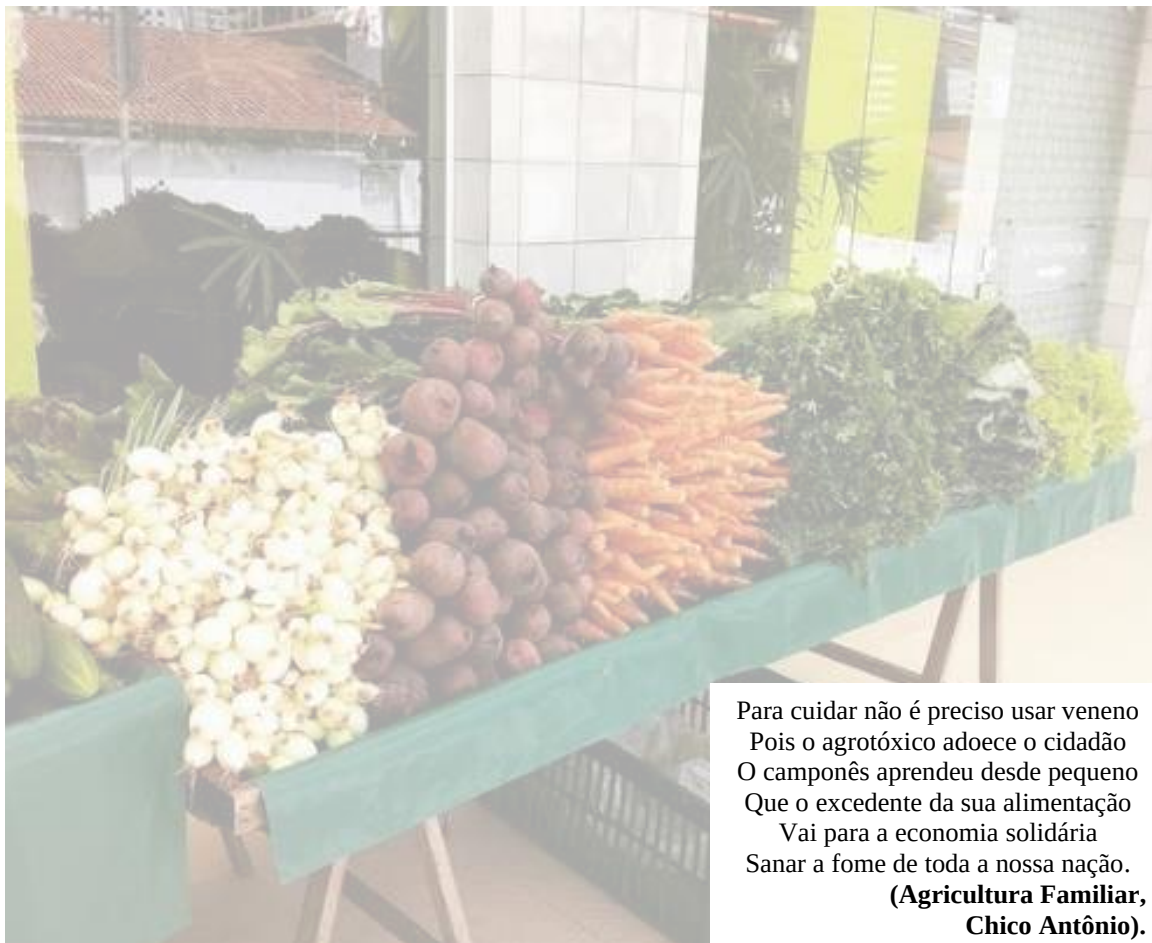


Fonte – MAPA (2021).

Um alimento que possui o selo por lei tem direito a ser vendido diretamente aos consumidores ou em empórios, supermercados, lanchonetes, restaurantes, entre outros. A certificação atribui um diferencial a esses produtos, ou seja, diante dos consumidores, ele confere credibilidade aos produtos e a quem o produz. O selo possibilita agregar valores de qualidade e preço aos alimentos, bem como oportuniza a criação de formas de comercialização e geração de renda para os agricultores familiares camponeses.

Na sequência, aborda-se a constituição de diferentes mercados usados pelos movimentos sociais, associações e rede de agricultores que comercializam produtos agroecológicos e orgânicos nos circuitos curtos em Aracaju/SE.

4 NO CAMPO OU NA CIDADE, TODOS TÊM DIREITO À COMIDA DE VERDADE: COMERCIALIZAÇÃO AGROECOLÓGICA EM ARACAJU



Para cuidar não é preciso usar veneno
Pois o agrotóxico adoece o cidadão
O camponês aprendeu desde pequeno
Que o excedente da sua alimentação
Vai para a economia solidária
Sanar a fome de toda a nossa nação.

**(Agricultura Familiar,
Chico Antônio).**

Fonte –Trabalho de campo, Aracaju, 19/10/2021.
Foto – SANTOS, Letícia Menezes (2021).

4 NO CAMPO OU NA CIDADE, TODOS TÊM DIREITO À COMIDA DE VERDADE: COMERCIALIZAÇÃO AGROECOLÓGICA EM ARACAJU

A produção de base familiar sofre com a chegada das novas tecnologias no campo, perdendo, principalmente, suas características. No entanto, os agricultores familiares camponeses, ao perceberem os impactos negativos sobre sua saúde, meio ambiente e perda da qualidade dos alimentos, repensam sobre os princípios de uma agricultura sustentável, que respeita todos os processos e pessoas envolvidas. Em seguida, serão apresentados os resultados da pesquisa.

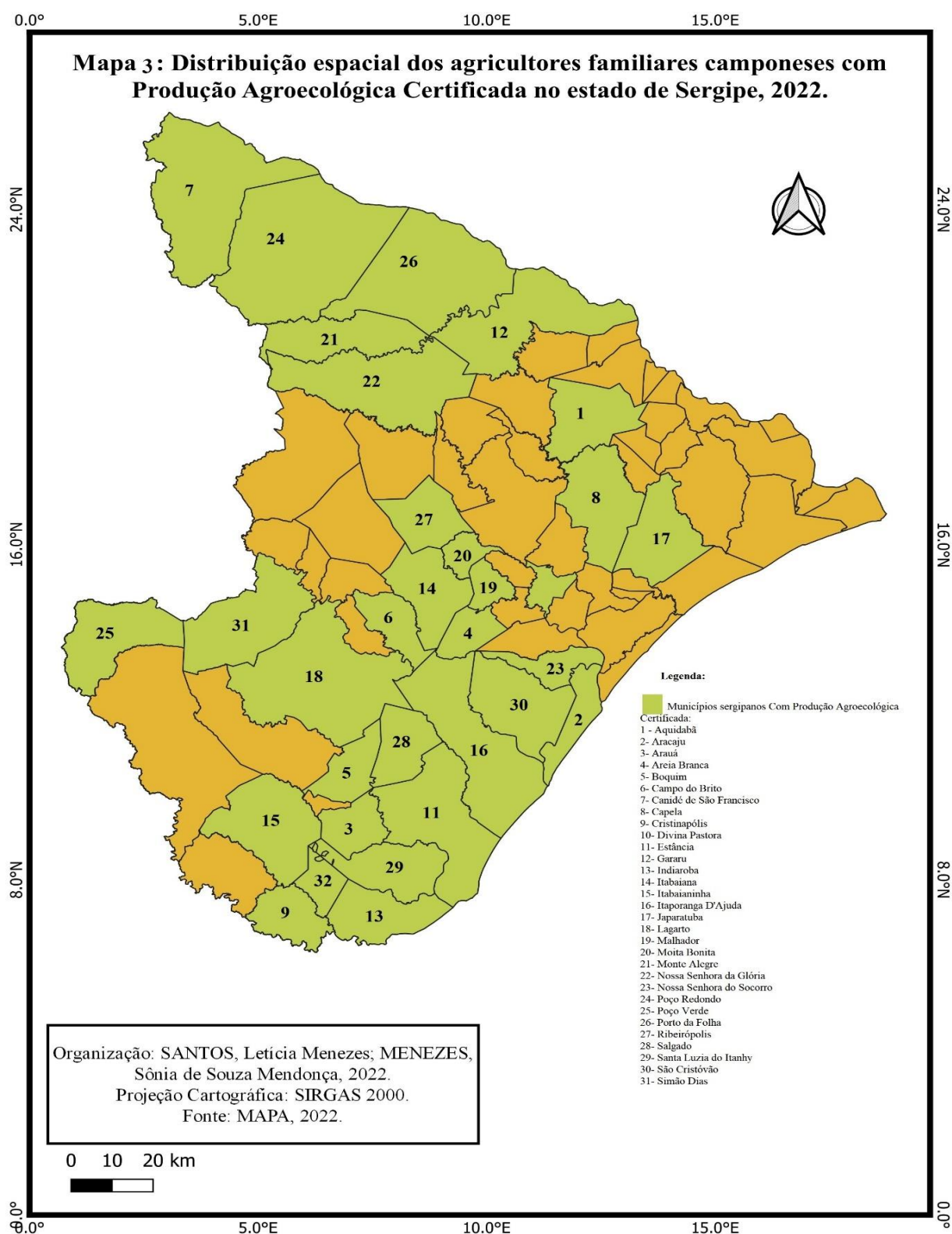
4.1 Produção agroecológica e orgânica em Sergipe

No estado de Sergipe, verifica-se o avanço da agricultura convencional, expandindo a produção dos *commodities* como o milho, a cana-de-açúcar, a laranja e o abacaxi, alicerçadas no paradigma da Revolução Verde com o uso exacerbado de insumos industrializados e agrotóxicos (MENEZES, SILVA e SILVA, 2019). Paulatinamente, há uma redução da produção de alimentos tradicionais nos territórios, conforme foi evidenciado nas pesquisas realizadas pelos citados autores. Entretanto, os consumidores locais, como nas diferentes escalas, estão apreensivos com a oferta desses alimentos produzidos no modelo convencional. Desse modo, cresce a preocupação com relação aos impactos causados pelo modelo de produção baseado no uso dos pacotes tecnológicos e, por outro lado, ganha visibilidade nos espaços acadêmicos, nos movimentos sociais e no que tange aos próprios consumidores a demanda e valorização dos alimentos agroecológicos e orgânicos cultivados pelos agricultores.

Logo, em Sergipe, como nas demais escalas, propaga-se a defesa do paradigma da sustentabilidade agrícola, que propõe um desenvolvimento pautado nos cultivos sustentáveis quanto ao aproveitamento dos recursos produtivos locais. Essa preocupação com a preservação ecológica se mostra, inclusive, crescente na procura por esses alimentos, fazendo crescer, então, no mercado, um novo consumidor, o qual busca uma alimentação saudável e que respeita a natureza.

Nota-se que, em Sergipe, assim como em todo o território nacional, cresce os cultivos e a demanda por alimentos agroecológicos e orgânicos, a seguir é possível perceber a distribuição espacial dessa produção em Sergipe (Mapa 3).

Mapa 3 – Distribuição espacial dos agricultores familiares camponeses com produção agroecológica certificada no estado de Sergipe, 2022.



De acordo com o Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), neste estado, cerca de 27 propriedades são certificadas pela OPACs, localizadas em quatro municípios vinculados à Associação Plantar para a Vida de Certificação Participativa, nas quais 11 estão situadas em Lagarto, 11 em Indiaroba, 07 em São Cristóvão e 01 em Itaporanga, conforme consta a Tabela 1.

Tabela 1 – Distribuição espacial dos agricultores familiares camponeses com OCSs, OPACs e Certificadoras do estado de Sergipe, 2022.

Cidade	Quantidade de Certificações	OCS	OPAC	Certificadora
Lagarto	37	26	11	0
Estância	35	34	0	1
Canindé de São Francisco	20	20	0	0
Monte Alegre de Sergipe	19	19	0	0
Porto da Folha	18	18	0	0
Boquim	16	16	0	0
Itabaiana	15	10	0	5
Malhador	15	11	4	0
Japaratuba	14	14	0	0
Nossa Senhora do Socorro	14	12	0	2
Aquidabã	13	13	0	0
Areia Branca	12	9	0	3
Indiaroba	12	1	11	0
Poço Redondo	12	12	0	0
Itaporanga D'Ajuda	11	1	1	9
Nossa Senhora da Glória	9	9	0	0
Gararu	8	8	0	0
Divina Pastora	7	7	0	0
Santa Luzia do Itanhy	7	7	0	0
São Cristóvão	7	0	0	7
Aracaju	6	6	0	0
Campo do Brito	5	4	0	1
Itabaianinha	5	5	0	0
Cristinápolis	3	3	0	0
Simão Dias	3	3	0	0
Araúá	2	2	0	0
Poço Verde	2	2	0	0
Ribeirópolis	2	2	0	0
Salgado	2	1	0	1
Capela	1	1	0	0
Moita Bonita	1	1	0	0
Umbaúba	1	1	0	0
Total	334	278	27	29

Fonte – MAPA (2022). Organização – SANTOS, Letícia Menezes.

A Tabela 1 aborda a distribuição espacial de todos os agricultores familiares camponeses que estão ativos no cadastro do MAPA, em janeiro de 2022. Dentre esses, destacamos os 278 produtores que estão associados a Organizações de Controle Social (OCS) nos territórios sergipanos. Esses agricultores, ao se colocarem em conformidade com as normas de produção orgânica, recebem uma declaração do Ministério da Agricultura que permite a esses produtores comercializarem seus produtos orgânicos diretamente com os consumidores finais, porém, nesta situação, ficam restritos, não podendo comercializar em supermercados, atravessadores e restaurantes.

De acordo com o Agricultor Familiar Camponês Elvis Lisboa, a sua família sempre trabalhou com a agricultura agroecológica, porém, só em 2015 foram em busca da OCS, certificação que permitiu a venda em grupo com outros produtores na Feira Saudável da Colônia Treze (Figura 5), foram dois anos de muito trabalho para obtê-la.

Figura 5 – Bancas na feira e Banner exposto com a história da Feira Saudável, 2022.



Fonte –Trabalho de campo, Campo do Brito/SE, 07/12/2021.

A Superintendência Federal da Agricultura é a responsável por fiscalizar e acompanhar o cadastramento das OCSs em Sergipe e por manter o Cadastro Nacional de Produtos Orgânicos e o Cadastro Nacional de Atividades Produtivas.

Outro grupo importante identificado é a ASPOAGRE formado por 15 agricultores que hoje se encontram com o Selo de Orgânicos Brasil e estão certificados pela IBD Certificações LTDA. Desses, 4 estão localizados no município de Malhador, 3 em Areia Branca e Itabaiana, 2 em Nossa Senhora do Socorro e 1 em Campo do Brito, Estância e Salgado, respectivamente.

Em entrevista, solicitamos para os agricultores falarem sobre a relação deles com a agroecologia e o cultivo orgânico, nos relatos, muitos informaram que nem sabia o que era alimentos orgânicos ou agroecológicos:

“Ninguém sabia o que era orgânico. Nós plantava como foi criado com meu pai. Meu pai nasceu naquele ritmo e eu vi ele daquele jeito, mas ninguém dizia que era orgânico. Aí nos anos 90 e poucos para cá, teve essa onda de orgânicos, o que podia, o que não podia. Foi também quando chegou adubo químico, chegou veneno” (Agricultor Delson Orgânicos, Garangau, Campo do Brito. Entrevista no dia 12/06/2021).

De acordo com o Sr. Delson o primeiro grupo a trabalhar com alimentos agroecológicos certificados aqui em Sergipe a ASPOAGRE, que possui certificação pelo IDB, depois disso veio a COOPERSUS, no qual ele faz parte.

“Mas nós trabalhava com orgânicos e não sabia o que era. Por exemplo, não sabia o que era barreira, o que era uma compostagem, então isso aí foi o que mudou, mudou o jeito de produzir, como respeitar o meio ambiente, em vez de desmatar, plantar. Fiz curso em Campina Grande, tenho acompanhamento da EMDRAGO, da EMBRAPA, da Universidade, a professora Glaucia sempre ia lá. Então você vai pegando a informação que não tinha. Você vai convivendo com pessoas que são mais velhas que tem mais conhecimento que você, então você vai aprimorando o conhecimento que você já tem” (Agricultor Delson Orgânicos, Garangau, Campo do Brito. Entrevista no dia 12/06/2021).

Assim como Sr. Delson, outros agricultores alegaram já trabalhar com a agroecologia, porém, na época dos pais e avós não existia esses termos. Eles apenas cultivavam seus alimentos de acordo com as estações do ano, ao observarem as fases da Lua; essas táticas foram passadas por gerações (Figura 6).

Figura 6 – Cultivos de alfaces agroecológicas e orgânicos do agricultor Delson, 2021.



Fonte –Trabalho de campo, Campo do Brito/SE, 07/12/2021.

Foto – SANTOS, Letícia Menezes (2021).

Contudo, outra parcela de agricultores informou que devido à modernização da agricultura, o tal “progresso chegou, e com ele chegou o adubo químico, chegou o veneno, chegou a desgraça para a população” (Agricultor Ailton, Colônia Treze, Lagarto. Entrevista realizada no dia 28/08/2021). Com isso, muitos produtores passaram a usar agrotóxicos, mas devido aos problemas de saúde que eles e os familiares passaram, resolveram dar continuidade ou retornar à produção sem o uso dos agrotóxicos, e, nesse processo de retomada das práticas agroecológicas, puderam contar também com a ajuda de técnicos da EMBRAPA e da ENDAGRO, com os professores da Universidade Federal de Sergipe e do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe.

De acordo com Rufino (agricultor de Malhador em entrevista realizada no dia 07/12/2021), um dos fundadores da Aspoagre, a associação que foi fundada em 2000, na região agreste de Sergipe, surgiu com a união de 23 famílias e, atualmente, conta com 14 participantes. Para o agricultor, uma dificuldade encontrada é a falta de interesse dos filhos em dar continuidade ao trabalho dos pais.

Diante do exposto, percebe-se que os agricultores familiares sergipanos estão, a cada dia, aderindo à agricultura agroecológica e orgânica. Isso se deve, principalmente, pela organização em cooperativas, associações ou de forma individualizada, mas sempre tentando se ajudar mutuamente para transformar a sua relação com a natureza e com o outro.

4.2 A comercialização de alimentos agroecológicos em Aracaju

Nos Circuitos Curtos de Comercialização, em que os agricultores vendem seus produtos, é possível perceber que se formam laços de confiança e igualdade entre os envolvidos, além da troca de experiências, que motiva os produtores a superarem suas dificuldades no cotidiano de suas tarefas. Em entrevista, os agricultores informaram que a maioria dos clientes compram há vários anos como por exemplo com o Sr. Delson. Este agricultor ressaltou que alguns agricultores já foram conhecer a propriedade dele, observaram as técnicas e o manejo utilizados nos cultivos. Durante conversas com os consumidores, houve relatos que eles compravam, por exemplo, ao Delson dos Orgânicos, pois confiavam no trabalho dele, e sentiam-se representados, pois, ao conversarem, vinha na memória a história e a luta dos pais e dos avós, que também foram agricultores.

Os agricultores, durante as entrevistas, mostraram que há muito trabalho, pois eles saem para a roça nos primeiros raios de sol, para colher os alimentos e higienizá-los, organizar tudo no carro e trazê-los para a capital. Essas tarefas costumam mantê-los acordados por até 24 horas, sobretudo, nos dias que antecede até o final da feira, mas, o que os motiva, é saber que vão entregar seus alimentos diretamente ao consumidor, ver o sorriso e a troca de ideias.

Em Sergipe, a maioria das famílias dos agricultores agroecológicos e orgânicos residem no campo e, para terem acesso aos espaços de comercialização, precisam se deslocar para a capital aracajuana. Para esses agricultores, os Circuitos curtos são estratégias de fortalecimento e possibilidade de criação de novos espaços de comercialização.

No estado, os consumidores têm buscado por alimentos orgânicos e agroecológicos. Essa demanda cresceu nos últimos anos. Tal comercialização está relacionada principalmente aos produtos de origem vegetal e animal, como os hortifrutigranjeiros (Figura 7).

Figura 7 – Feira agroecológica no espaço da Ágape e do *Naturalis Fit*



Fonte – Trabalho de campo, Aracaju, 19/10/2021.

Foto - SANTOS, Letícia Menezes (2021).

Durante as primeiras visitas de campo, ainda em 2020, período que antecedeu a pandemia da Covid-19, foi possível identificar, em Aracaju, pontos de comercialização de produtos agroecológicos e orgânicos. Para tanto, os agricultores contam com a parceria e o apoio da Secretária de Estado da Mulher, Inclusão, Assistência Social, do Trabalho e dos Direitos Humanos (SEIDH), SEBRAE, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e Empresa de Desenvolvimento Agropecuário de Sergipe (EMDAGRO).

Esses órgãos buscam capacitar e dar assistência técnica para o fortalecimento da produção agroecológica e para a manutenção das famílias envolvidas. Contudo, mesmo com o incentivo da produção e da comercialização, os agricultores enfrentam dificuldades para conquistar o seu espaço no mercado, pois a produção é em pequena escala, contam com a sazonalidade dos produtos e a falta de informação para o consumidor. Apesar das dificuldades apresentadas, os órgãos envolvidos incentivam a participação dos agricultores familiares nas feiras, que ocorrem em vários pontos de Aracaju.

No período anterior a pandemia encontrava-se feiras da Agricultura Familiar, destinadas à comercialização destes produtos, no parque Augusto Franco (Parque da Sementeira), que ocorria a cada 15 dias nas quintas-feiras, com a participação de 25 barracas, as quais englobam agricultores de cinco municípios sergipanos (Estância, Capela, Lagarto, Itabaiana e Areia Branca). Após a realização da Semana do Alimento Orgânico em 2017, o SEBRAE iniciou a Feira Orgânica, quinzenalmente, o qual buscavam-se sensibilizar a população sobre a importância da alimentação saudável e livre de agrotóxicos, mas, com a pandemia, essa feira deixou de acontecer e, até o momento, não retornou à atividade (Figura 8).

Figura 8 – Feira da Agricultura Familiar agroecológica no parque Augusto Franco (Parque da Sementeira), 2020.



Fonte – Trabalho de campo, Aracaju, 16/01/2020. Foto – SANTOS, Letícia Menezes (2020).

A organização da feira, apresentada na figura 8, proporcionava, aos agricultores protagonistas desta atividade, um espaço para a comercialização dos seus produtos, uma vez que alguns, comercializavam em outras feiras convencionais, a exemplo das feiras realizadas na SEIDH, na Secretária da Educação (SEED) e na Secretária de Estado do Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos (SEMARH), espaços que eram importantes para a comercialização dos alimentos pelos agricultores. As ações de fortalecimento da agricultura familiar incentivavam o crescimento da Feira da Agricultura Familiar e o aumento do cultivo de alimentos agroecológicos e orgânicos nos municípios do interior de Sergipe.

A ASPOAGRE, fundada em 25 de abril de 2006, comercializa sua produção em vários municípios, inclusive com dois pontos fixos (av. Francisco Porto e outra na Treze de Julho, próxima a Praça da Imprensa) localizados na capital Aracaju. Antes da pandemia, a feira, era organizada na sede da Associação de Engenheiros Agrônomos de Sergipe, acontecia semanalmente, nas quartas-feiras, porém, na pandemia esse espaço de vendas foi desarticulado. Segundo o Sr. Zé Rufino (presidente da associação), o lucro com as vendas, naquele lugar, não compensava em relação aos gastos que existiam para mantê-la. Além disso, eles perceberam que o cliente que comprava na feira, era o mesmo que frequentava e consumia nas lojas fixas. Enquanto isso, a Empresa Vida Verde, que está localizada em Itabaiana, “possui certificação junto ao IBD desde o início do ano de 2004, produz e comercializa suas mercadorias de acordo com os critérios exigidos pela certificadora” (Agricultor Zé Rufino, Presidente da ASPOAGRE, Povoado Poço Terreiro em Malhador. Entrevista no dia 07/12/2021).

Além dessas organizações, ainda se destaca a COOPERSUS, com sede no povoado Canário, em Itabaiana, que foi fundada em 15 de janeiro de 2014. A cooperativa reúne agricultores de vários municípios (Areia Branca, Estância, Itabaiana, Itaporanga D’Ajudá, Lagarto, Malhador, Divina Pastora, São Cristóvão, Moita Bonita, Ribeirópolis, Indiaroba, Salgado, Simão Dias e Campo do Brito).

Atualmente, a cooperativa comercializa no mercado Augusto Franco em Aracaju, e o grupo contava, antes da pandemia, com um projeto inovador, intitulado Feira Sobre Rodas (Figura 9). Os feirantes utilizam um ônibus equipado para vender os alimentos orgânicos, no pátio do SEBRAE, às sextas-feiras, pela manhã e, no estacionamento do Shopping Jardins, às sextas-feiras, à tarde.

Figura 9 – Feira Sobre Rodas da Agricultura Familiar agroecológica no parque Augusto Franco (Parque Gov. Augusto Franco - Sementeira)



Fonte – Trabalho de campo, Aracaju, 17/01/2020.

Foto – SANTOS, Letícia Menezes (2020).

Os espaços formais das feiras são o resultado do trabalho realizado pelas associações e pelos movimentos sociais, que, atualmente, podem vender seus produtos orgânicos, desde que esses estejam identificados com seus certificados, porque cada agricultor precisa expor o seu certificado emitido pela Divisão da Política, Produção e Desenvolvimento Agropecuário – DPDAG/SFA vinculados ao Organismo de Controle Social (OCS). Portilho e Castañeda (2008) afirmam que esta certificação serve para garantir ao consumidor que os produtos comercializados são alimentos com qualidade e que realmente estão livres de agrotóxicos, seguindo os princípios e os valores que respeitam as pessoas e o meio ambiente, o que justifica, aliás, o fato de seus preços serem diferenciados dos convencionais.

Além do certificado OCS, que permite a comercialização apenas para o consumidor diretamente, os agricultores da COOPERSUS vêm lutando pelo selo participativo, o qual irá possibilitar a comercialização dos produtos, também, para redes de supermercados e restaurantes.

Assim como ocorre no Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, no Rio de Janeiro, a produção da cooperativa é comercializada pelo agricultor e por seus familiares. Em alguns casos, o agricultor que não pode vir a Aracaju comercializar tem seu produto vendido por outro membro da COOPERSUS, evitando, dessa maneira, a participação de atravessadores e o aumento no preço da mercadoria. Acerca disso, Fernandez e Ferreira (2017) evidenciam que,

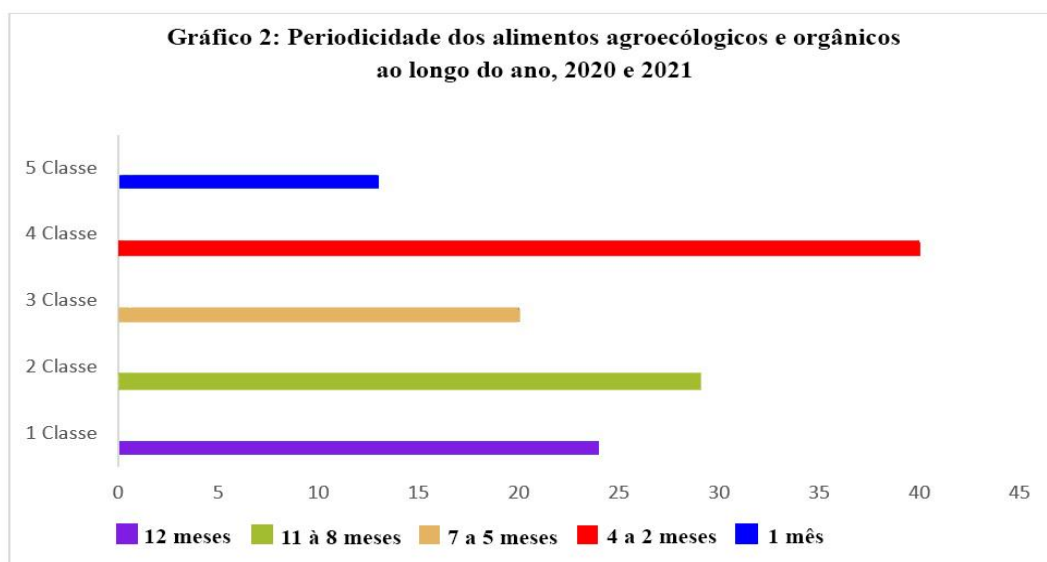
As feiras acessadas pelo próprio produtor e não por intermediários estimulam o produtor a diversificar sua produção, estimulam a entrada de novos membros da família para dividir as tarefas e aumentam a alternatividade entre culturas de mercado e de autoconsumo. No entanto, o compromisso de manter determinados pontos de venda ou com uma variedade de produtos com os quais ele não pode arcar, tem

produzido outras estratégias, tais como a venda de produtos de outros parceiros (FERNANDEZ; FERREIRA, 2017, p. 101).

A comercialização realizada pela COOPERSUS diversifica e aumenta os produtos oferecidos aos consumidores, além de fortalecer o grupo diante das dificuldades e das concorrências dos produtos convencionais. Ainda, beneficia os consumidores, uma vez que os produtos são vendidos pelos preços negociados diretamente com os agricultores, sem a necessidade da participação dos atravessadores. Dona Elida e seu filho Henrique, ressaltam a importância de ter a oportunidade de estar pessoalmente e vender os alimentos aos clientes:

“É uma grande satisfação, pois os consumidores são mais que clientes para nós, se tornaram amigos, e aqui o que produz é valorizado, coisa que não acontecia com os atravessadores. Outra coisa, se meu cliente quiser levar o tomate e a cebola, mas não tem o valor completo, baixo sim o valor do tomate para que a freguesa possa levar tudo que precisa” (Agricultores Elida e filho Henrique, Itabaiana. Entrevista no dia 09/03/2021).

A premissa dos circuitos curtos é valorizar os produtores e os consumidores, bem como evitar a necessidade dos agricultores de procurar os intermediários e/ou os grandes distribuidores, pois, nessa relação, os valores pagos tornam-se mais baixos. Além disso, os resultados dessa investigação apontam uma considerável diversidade de alimentos cultivados pela agricultura familiar camponesa em Sergipe, tal como aponta Gráfico 2.



Fonte: Pesquisa de campo, realizado em 2020 e 2021. Organização: SANTOS, Letícia Menezes.⁷

⁷ Alimentos que corresponde a cada classe pode ser consultado no Apêndice 4.

Outra questão perceptível verificada, no decorrer da pesquisa, foi em relação aos preços dos alimentos. Enquanto os valores dos alimentos da cesta básica aumentavam consideravelmente, os alimentos ofertados pelos produtores de alimentos agroecológicos e orgânicos permaneceram o mesmo entre o período de 2020 à 2022. Um exemplo muito citado pelos consumidores e agricultores familiares camponeses foi o do arroz convencional, que variava entre R\$ 4,39 e R\$ 7,59, enquanto o preço do arroz Velho Chico agroecológico, produzido pela Agricultura Camponesa do Baixo São Francisco, permaneceu com o mesmo valor, custando R\$ 5,00 (APÊNDICE 4).

Durante as visitas e os diálogos com os agricultores, notamos que há uma grande dificuldade relacionada à organização e à gestão financeira. A maioria deles não possuem nenhum tipo de anotação sobre os investimentos, além de não contabilizarem com exatidão a quantidade do que foi produzido e comercializado.

Nos trabalhos de campo realizados, percebemos o potencial na produção e na comercialização. Notou-se que havia diversidade de frutas, hortaliças, doces, e que alguns utilizam embalagens com informações que identificam o produto e sua origem (Figura 10).

Figura 10 – Produção do Movimento Camponês Popular, comercializado no espaço do Recanto Camponês, 2021.



Fonte – Trabalho de campo, Aracaju, 29/10/2021.
Foto – SANTOS, Letícia Menezes (2021).

De acordo com Darolt (2013), a aproximação entre as comunidades rurais e urbana é responsável pelo fortalecimento da comercialização dos produtos locais, de forma direta,

realizada pelos agricultores. Esse modelo de comércio estimula o consumo alimentar ecologicamente correto e milenar. Para o autor, essa é a melhor forma de impulsionar o desenvolvimento local e de reconectar os produtores e os consumidores.

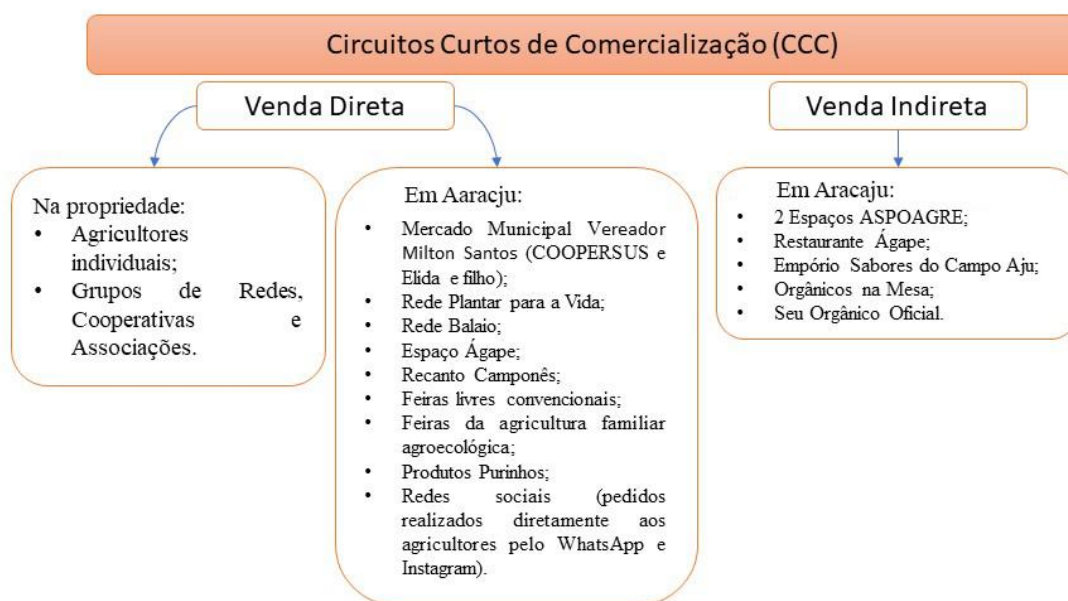
4.3 Agricultura familiar camponesa e as novas relações de produção e comercialização durante a pandemia da Covid-19

Ter acesso aos mercados é um dos obstáculos enfrentados pelos agricultores familiares camponeses, os quais se encontram desmotivados por um sistema agroalimentar excludente e concentrador, sentimento que tem se agravado durante o contexto da pandemia. Entretanto, é possível perceber que, nos últimos anos, a criação de mercados diferenciados ganha relevância como estratégia de fortalecimento da agricultura familiar camponesa.

Em Sergipe, é possível perceber o fortalecimento dos modelos tradicionais de mercado e a agricultura camponesa, a partir das redes alternativas de comercialização. De acordo com Darolt et al. (2016), o principal objetivo dessas redes é sair dos padrões produtivos colocados pelo mercado convencional. A comercialização em Aracaju, nos novos espaços, surge a partir de questionamentos ao modelo agroalimentar, além do respeito à cultura, às tradições, à biodiversidade e do desejo de fortalecer a autonomia do agricultor. Os espaços utilizados pelos agricultores familiares camponeses, nos circuitos curtos, provocam, ao agricultor, um elevado nível de autonomia, ao contrário dos circuitos longos, em que os produtores ficam dependentes das empresas que controlam o produto, destinando-o para demandar seus interesses. Os agricultores familiares camponeses que trabalham com base agroecológica e orgânica podem optar por várias formas de comercialização em circuitos curtos. Assim como as feiras, também, existem outras alternativas, como as cestas entregues em domicílio, os restaurantes, as cooperativas, as lojas virtuais, entre outras (DAROLT, 2013).

Durante as entrevistas, ao serem questionados sobre quais locais os agricultores frequentam para comercializarem os alimentos, os entrevistados declararam que precisam frequentar mais de um espaço de comercialização para obter uma renda satisfatória para o sustento da família, estratégia comum na agricultura familiar. A seguir é apresentada a diversidade de espaços de comercialização dos agricultores entrevistados em Aracaju.

Figura 11 – Circuitos Curtos de Comercialização.



Fonte – Elaborado por SANTOS, Letícia Menezes, 2022.

Em relação às vendas indiretas, identificamos o Restaurante Ágape, que tem 20 anos de história, fundado em 2001, com o intuito de promover uma alimentação sem carne e mais saudável para as pessoas. No período da fundação, Carol, idealizadora do restaurante, nem cogitava a ideia de utilizar alimentos orgânicos, pois, segundo sua fala, essa prática era “quase inexistente” no estado. Por outro lado, tentavam oferecer aos clientes “uma alimentação integral sem carne e mais saudável”. Entretanto, nos últimos cinco anos, conseguiram uma fornecedora de alimentos agroecológicos que se chama dona Elida. Os cultivos que a agricultura realiza, no município de Itabaiana, possibilitaram o fornecimento de alimentos para o restaurante, que passou a comercializar seus produtos todas as terças-feiras.

Com essa parceria, o restaurante passou a oferecer a salada toda orgânica. “A gente priorizou a salada, porque não passa pelo cozimento, então é mais importante que seja sem veneno né” (Carol, Proprietária do restaurante Ágape, Aracaju. Entrevista no 05/08/2021). Esse foi o primeiro grande passo que deram em direção ao alimento sem agrotóxico e uma parceria com uma agricultora local.

Desde então, tal ação passou a ser o objetivo do restaurante, que era ampliar o contato com agricultores locais e transformar o cardápio com produtos agroecológicos e orgânicos. Com a pandemia, foram revisados todos os princípios do restaurante, e, com isso, Carol deixou

de ofertar almoços com *buffet*, pois a prática exigia uma diversidade grande de pratos, bem como o desperdício de alimentos era ainda maior. Por essa razão, passaram a ofertar prato único do dia (Figura 12), e assim utilizar o máximo de produtos de qualidade e de produtores locais. De acordo com a proprietária do restaurante Ágape, “esse foi nosso grande objetivo com essa mudança, a simplificação prá o simples ser mais”. Além dos produtos de dona Elida, o restaurante adquire alimentos do Sr. Rosivaldo do Só Filé e seu filho Elvis Lisboa, agricultores de Lagarto. Além desses agricultores, são adquiridos alimentos da COOPERSUS que ficam no mercado do Augusto Franco e na Aspoagre.

Figura 12 – Pratos produzidos com alimentos agroecológicos e orgânicos, Restaurante Ágape, 2021.



Fonte – Trabalho de campo, Aracaju, 05/08/2021. Foto – Carol (2021).

Foi possível perceber, ainda, que os consumidores frequentadores dos espaços de comercialização, em Aracaju, encontram-se sensibilizados da importância e do valor da agricultura familiar. Tais indivíduos costumam conversar com os agricultores feirantes sobre as formas de manejo da produção e sobre os problemas enfrentados para ofertar determinados alimentos. Esse contato fortalece a relação e os consumidores se sentem mais seguros para adquirirem os produtos.

Os Circuitos Curtos de Comercialização proporcionam múltiplas alternativas para aproximar os produtores dos consumidores, desde feiras especializadas até vendas diretas pela *internet*, à qual corresponde ao uso, principalmente, das redes sociais, como o *Instagram* e o *WhatsApp*, obtendo força no período da pandemia da COVID-19.

Estratégias virtuais: desafios e iniciativas de enfrentamento da pandemia realizada pelos produtores e consumidores

Em virtude da pandemia da Covid-19, no primeiro trimestre de 2020, no Brasil, uma série de discussões sobre questões alimentares e rupturas nas cadeias produtivas e de distribuição vieram à tona, além do fato chamar a atenção para a insegurança alimentar. Por conseguinte, foi possível identificar que várias medidas e ações, tanto individuais como coletivas e solidárias, foram criadas, adaptadas e ampliadas, a partir de experiências que envolviam produtores de alimentos agroecológicos e orgânicos, tal como a comercialização direta dos agricultores aos consumidores.

Durante o isolamento social, decretado a partir de 17 de março de 2020, exigiu-se uma nova reorganização sócio, econômico e espacial em todo território sergipano, sobretudo, em Aracaju, área de estudo desta pesquisa.

Com relação ao abastecimento alimentar realizado, prioritariamente, pelas feiras-livres e mercados públicos, nos 54 dias iniciais de isolamento, os agricultores familiares tiveram que se adaptarem às estratégias de enfrentamento e prevenção à pandemia.

Em 24 de março de 2020, ocorreu a proibição da realização das feiras-livres em Aracaju, pelo decreto nº 40.567, sendo liberada sua abertura somente 26 dias depois, com restrições e com a liberação de apenas 50% das feiras-livres. Logo, essa situação exigiu, por parte dos agricultores familiares camponeses, dos grupos, das associações e das cooperativas, iniciativas que possibilitassem a comercialização dos alimentos e o acesso desses aos cidadãos.

A agricultura familiar conseguiu redinamizar os territórios com base na sua capacidade produtiva e no alcance de novos canais de comercialização, inseridos nos circuitos curtos, por meio das pequenas redes varejistas, que atendem a esses novos hábitos alimentares, além de mercados municipais e feiras agroecológicas por meio do mercado digital.

Com relação às experiências do uso das redes sociais/mercado digital para a realização da divulgação e da comercialização dos alimentos agroecológicos e orgânicos organizados pelos agricultores familiares camponeses, verifica-se a existência desses recursos de forma tímida, utilizada apenas para divulgar o espaço físico de comercialização dos alimentos, antes do contexto pandêmico. Entretanto, com a pandemia do Covid-19, acarretou-se a necessidade de expandir o comércio imediatamente e de improvisar a infraestrutura, a parte técnica e material. Surgiram várias dificuldades, uma vez que os agricultores não contavam com infraestrutura adequada e/ou a experiência prévia, como o uso de plataformas eletrônicas e redes

sociais que possibilitariam a conexão direta de produtores, associações e cooperativas aos consumidores.

Além disso, havia a dificuldade de encontrar novos canais para escoar os alimentos. Os agricultores familiares camponeses tiveram de enfrentar o desafio da logística para receber, armazenar, higienizar, organizar as cestas individuais, assim como realizar as entregas das mercadorias diretamente nas residências dos consumidores. Em alguns casos, construíram a possibilidade da retirada direta no próprio espaço utilizado pelos agricultores.

Vale ressaltar o importante papel do consumidor no cenário pandêmico, vários agricultores familiares relataram que, devido às restrições decretadas no início, não haver espaço para a comercialização em Aracaju, correndo o risco de perder a colheita, aliás, parte da sua produção o que provocou pânico. Todavia, os consumidores telefonavam ou mandavam mensagens pelo *WhatsApp* com sugestões e faziam o pedido dos alimentos, indicando formas de entrega em Aracaju. Embora tenha sido importante o apoio dos consumidores, em Aracaju ainda é incipiente as CSA. O consumo responsável pode ser compreendido como “a intervenção do consumidor que entende que suas escolhas diárias afetam sua qualidade de vida, a sociedade, a economia e a natureza. Assim, esse consumidor [...] busca alternativas, ajudando a construir opções saudáveis, sustentáveis e responsáveis de produção, comercialização e consumo” (INSTITUTO KAIRÓS, 2011, p. 5). Surgiu, então, novas oportunidades de canais de comercialização, como se pode observar a seguir, nos exemplos de produtores orgânicos e agroecológicos que utilizam as redes sociais.

4.3 Agricultores agroecológicos e orgânicos e redes sociais criadas para comercialização de alimentos

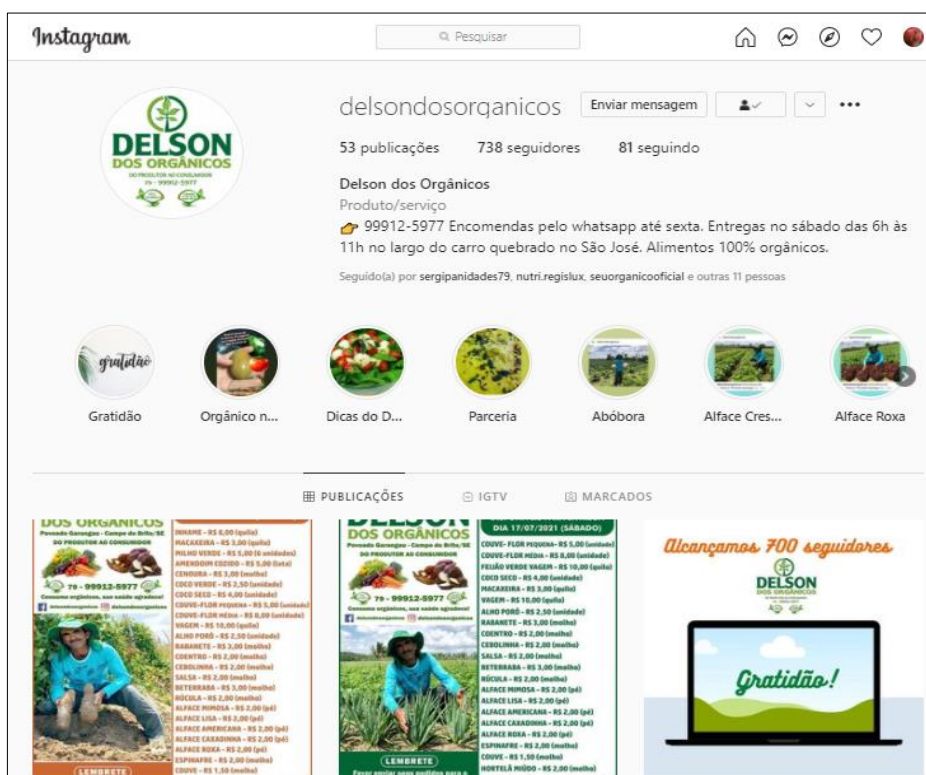
Delson dos orgânicos

Delson dos orgânicos, agricultor familiar camponês de Campo do Brito/SE, aprendeu com seu pai, desde cedo, a cuidar do solo e a produzir alimentos agroecológicos e orgânicos. Quando ainda criança, ajudava-o, a trazer os produtos para Aracaju e a comercializá-los nas feiras-livres. Com a pandemia, a feira que comercializava foi fechada e o agricultor ficou impossibilitado de vender seus produtos. A solução para esse problema foi criada pelos seus clientes mais antigos e fiéis nas compras semanais. A partir de solicitações, por *Whatsapp*,

sugeriram que, durante a semana, o Sr. Delson recebesse os pedidos e, no sábado, viesse à capital para fazer a entrega dos alimentos.

Atualmente, o produtor conta com a ajuda de um consumidor que cria e organiza no *Instagram* (Figura 13) todo o conteúdo a respeito do que é cultivado, além de interagir e orientar os demais consumidores a realizarem a sua encomenda diretamente com o Sr. Delson.

Figura 13 – Página do *Instagram* do Delson dos Orgânicos, 2021.

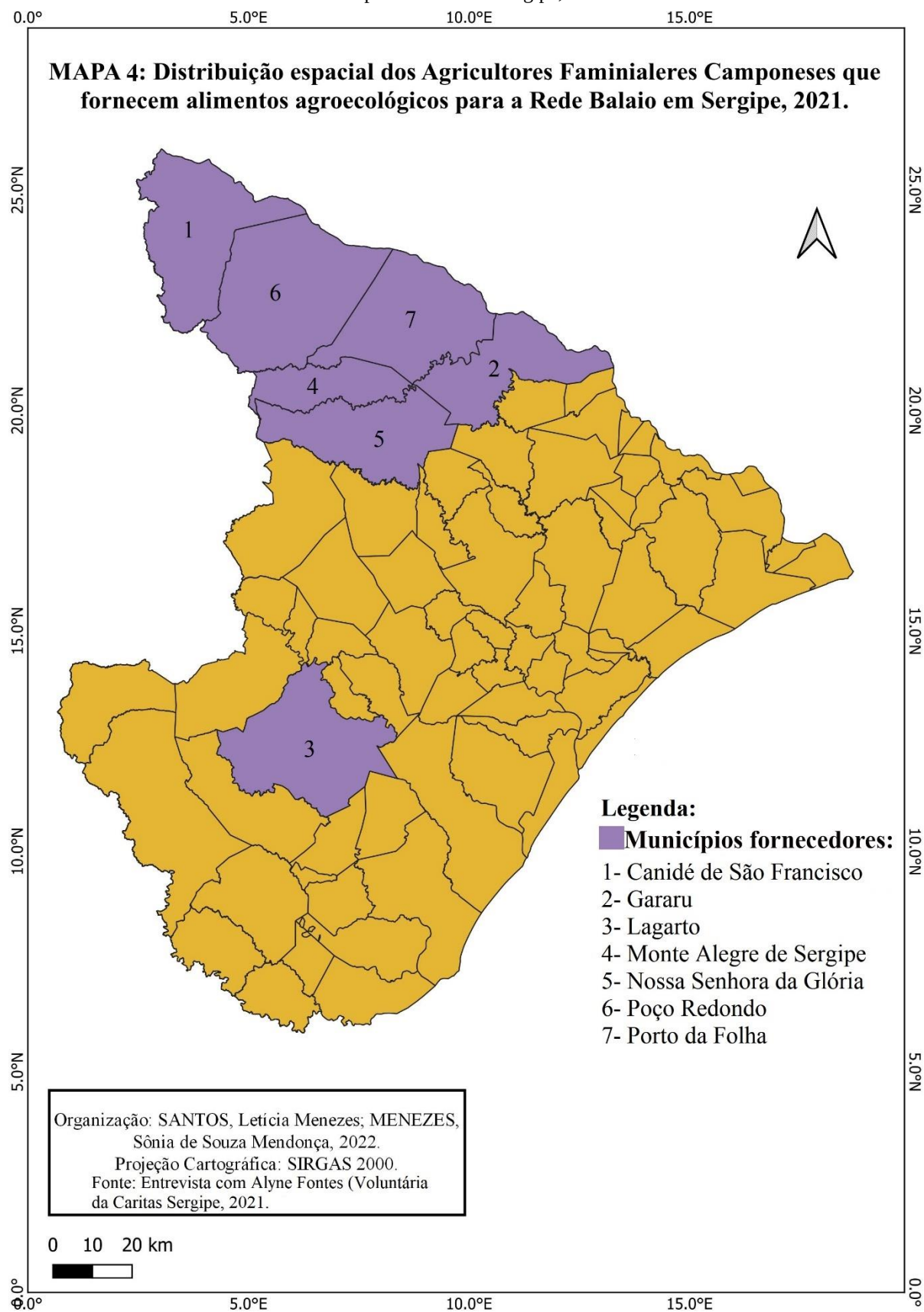


Fonte – Página Instagram do @delsonorganicos, 2021.

Rede Balaio

A Cáritas Brasileira atua com a prática da Economia Popular Solidária (EPS), em parceria com o Movimento dos Pequenos Agricultores de Sergipe – MPA/SE, e semeia uma economia referenciada nos sabores e saberes das comunidades populares urbana e rurais de Sergipe (Mapa 4), tendo como princípio fundamental a solidariedade.

Mapa 4 – Distribuição espacial dos agricultores familiares camponeses que fornecem alimentos agroecológicos para a Rede em Sergipe, 2021.

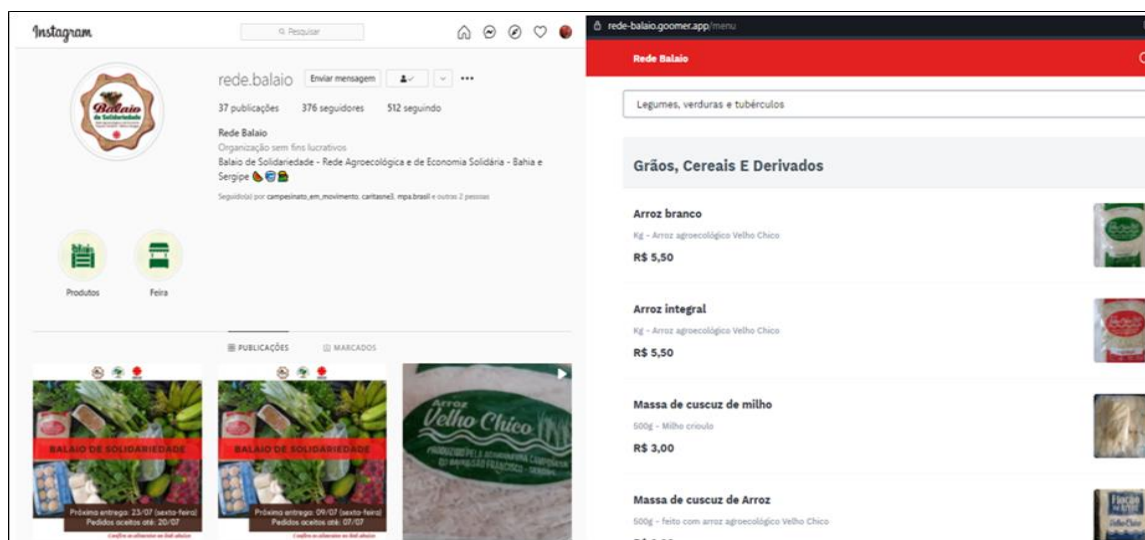


O grupo tem como objetivo organizar, gerar oportunidades para os agricultores familiares, criando espaços para seu fortalecimento. A Rede Balaio trabalha com a economia justa, prepara as comunidades para a produção realizada coletivamente, busca a comercialização com preços justos, oferece produtos que respeitam a sustentabilidade ambiental, fortalece a solidariedade, a gestão compartilhada e libertadora, construída num processo de cooperação e formação, produzindo e disponibilizando produtos agroecológicos.

Hodiernamente, a Rede Balaio em Aracaju conta com voluntários da Cáritas para organizar e gerenciar a entrega das Cestas Camponesas que são compostas por frutas, hortaliças, legumes, verduras, tubérculos, grãos, cereais, doces, bolos, pães de fermentação natural, bolachas, artesanato, mudas de plantas, compotas e bebidas artesanais. O grupo conta com um *site* que é alimentado quinzenalmente com os produtos da estação. Deste modo, os consumidores recebem um *link* com a apresentação dos produtos disponíveis e devem realizar o pedido até o meio-dia da quarta-feira que antecede a entrega

A lista com a relação dos alimentos ofertadas quinzenalmente é disponibilizada pelo *Instagram* oficial (Figura 14), da Rede Balaio Solidariedade (@rede.balaio), e compartilhada com os clientes e com os grupos pelo *WhatsApp*.

Figura 14 – Página do Instagram e site da Rede Balaio, 2021.



Fonte – Página Instagram do @rede.balaio, 2021.

Ao acessar o site, o consumidor adiciona ao carrinho os itens que deseja, preenche as informações solicitadas e finaliza o pedido, informando a forma de pagamento e a lista com os

produtos escolhidos que são redirecionados para o WhatsApp. Na sequência, o cliente aguarda um dos colaboradores para confirmar o pedido realizado.

Na sexta-feira, pela manhã, os voluntários recebem os alimentos diretamente dos agricultores familiares camponeses já higienizados. Cabe à equipe organizar os pedidos por cesta e encaminhar os produtos para as residências.

Nas entrevistas realizadas com agricultores do grupo e voluntários da Cáritas, a falta de transporte para o deslocamento dos alimentos do alto sertão sergipano para a capital foi a dificuldade apontada como aquela mais problemática, tendo em conta não haver transporte disponibilizado pela Secretaria de Agricultura ou outro órgão. Então, muitas vezes, eles precisam fretar um automóvel para o deslocamento dos alimentos até o local onde é organizado e distribuído em cestas. Quando algum agricultor disponibiliza seu automóvel para transportar os alimentos, normalmente, ele organiza uma rota que possibilite passar nos estabelecimentos dos demais companheiros para transportar os alimentos e produtos para trazê-los até Aracaju. Quando possível, esse mesmo agricultor faz a entrega diretamente nas residências dos consumidores, estreitando ainda os laços de proximidade entre eles. Outra informação importante é que os custos com esse deslocamento, do estabelecimento rural até a capital, são adicionados ao valor dos alimentos na entrega. Do mesmo modo, quando as cestas são transportadas até as residências é cobrado o valor do frete, mas, de acordo com os consumidores, vale a pena pagar tendo em vista a segurança dos alimentos ofertado pelos agricultores.

Rede de Agroecologia Plantar para a Vida – RAPV

A sede da RAPV localiza-se no Assentamento 7 Brejos, na Zona Rural de Indiaroba, em Sergipe. A Rede Plantar para a Vida surgiu em 2017 (Figura 15) e conta atualmente com 30 famílias agricultoras camponesas e quatro técnicos. O grupo conta com a Certificação Participativa – OPAC – e tem como finalidade “promover a agroecologia; realizar atividades de acompanhamento técnico e extensão rural; promover a igualdade de oportunidades e direitos entre homens e mulheres; e promover o desenvolvimento sustentável e solidário” (MANOS et. al. 2020).

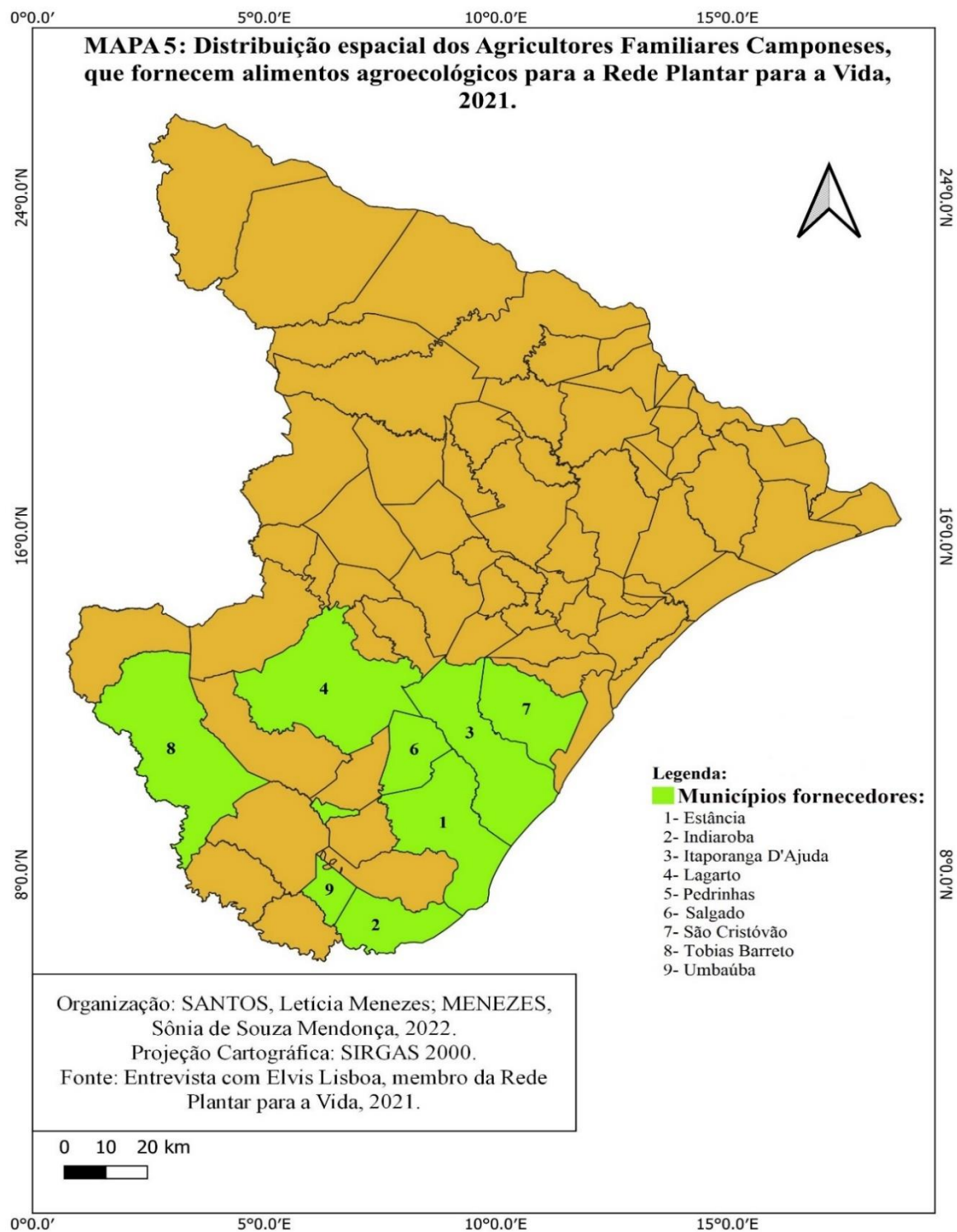
Figura 15 – Linha do tempo da Rede de Agroecologia Plantar para a Vida.



Fonte – Manos (2020).

Atualmente, a *Rede Plantar para a Vida* conta com a participação de agricultores familiares camponeses residentes em nove municípios (MAPA 5). Segundo o Agricultor Elvis Lisboa, a rede está organizada em quatro grupos: Manancial – que conta com o Assentamento Campo Alegre, em Umbaúba/SE, e o Assentamento 5 de Janeiro, no Povoado Tabuleiro dos Cágados, que fica em Indiaroba/SE (sede do grupo); Agroflorestando – SE – que conta com São Cristóvão, localizado na Central Orgânica de Comercialização Coletiva, em Itaporanga D’ajuda, Pedrinhas e Tobias Barreto; Vida Saudável – Povoado Colônia 13, em Lagarto; e o último núcleo Renovando a Terra – localizado em Salgado.

Mapa 5 - Distribuição espacial dos agricultores familiares camponeses que fornecem alimentos agroecológicos para a Rede Plantar para a vida, 2021.

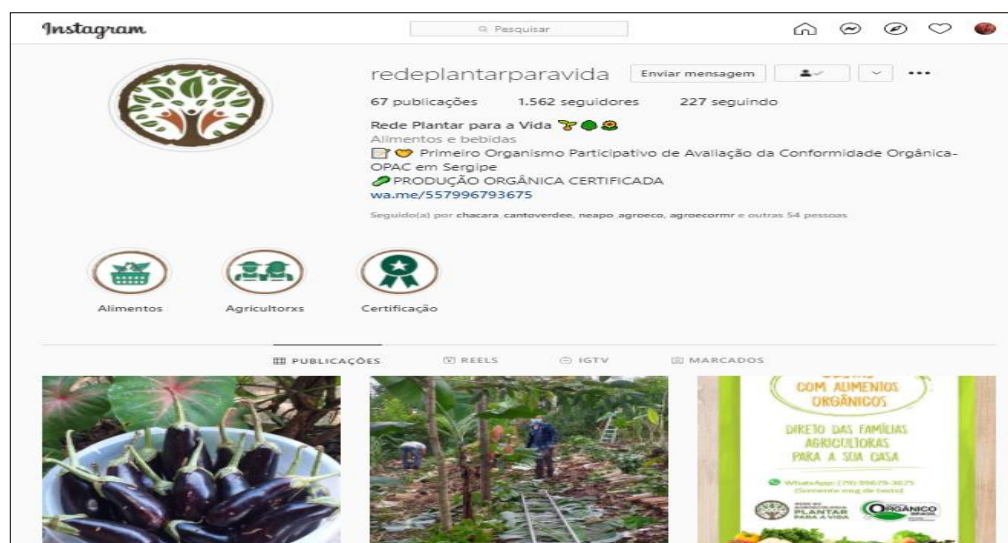


Antes da pandemia, o grupo estava se organizando para comercializar na Feira da AEASE (Associação dos Engenheiros Agrônomos de Sergipe). Tudo estava preparado para acontecer, porém devido às restrições e ao fechamento do espaço e de outros locais para a comercialização, os membros da *Rede Plantar Para a Vida* decidiram trabalhar com o sistema de entregas de cestas de alimentos. As cestas eram fechadas e tinham como objetivo reduzir ao máximo possível o desperdício dos alimentos cultivados e incentivar os consumidores a consumirem os alimentos da época.

Segundo o agricultor Elvis Lisboa, todos os companheiros da Rede contavam com um Caderno de Campo, no qual anotavam tudo, como o que havia sido plantado, a data de compra de algum insumo, os gastos com a mão de obra, o tipo e a quantidade colhida de cada alimento. Além disso o grupo também possuía uma planilha que foi desenvolvida pelos membros da Rede, na qual consta o quantitativo de alimentos entregues por cada membro e a lista do que foi comercializado na semana. Para o produtor, a Planilha e o Caderno de Campo são importantes para a organização não só da rede, mas, principalmente, dos agricultores, uma vez que passam a ter o controle do que investiram nas suas propriedades, sabendo com mais precisão quanto estavam produzindo e ganhando com as vendas dos seus alimentos mensalmente ((Agricultor Elvis Lisboa, Colônia Treze em Lagarto. Entrevista no dia 07/12/2021).

A Rede disponibiliza no *Instagram* (Figura 16) informações sobre as cestas produzidas, apresenta os agricultores que compõem o grupo, postam as formações e visitas que estão ocorrendo para a capacitação e obtenção da certificação.

Figura 16 – Rede Plantar para a Vida no *Instagram*, 2021.



Fonte – Página Instagram do @redeplantarparavida, 2021.

Os alimentos que compõem as cestas prontas e as solicitações adicionais dos alimentos são colhidos na terça à tarde; passam pela higienização e pelo armazenamento para serem transportados até a Central Orgânica, local onde são montadas as cestas para serem entregues aos consumidores. Estas são etapas realizadas na comercialização coletiva: recebimento de pedidos e repasse da quantidade vendida para as famílias agricultoras colherem; transporte dos alimentos da roça até a Central Orgânica; montagem das cestas; recebimento dos pagamentos e repasse desses às famílias agricultoras; tal como a contabilidade, à qual é feita pelos membros da Rede, que, além de produzirem os alimentos, viabilizam a chegada destes até os consumidores.

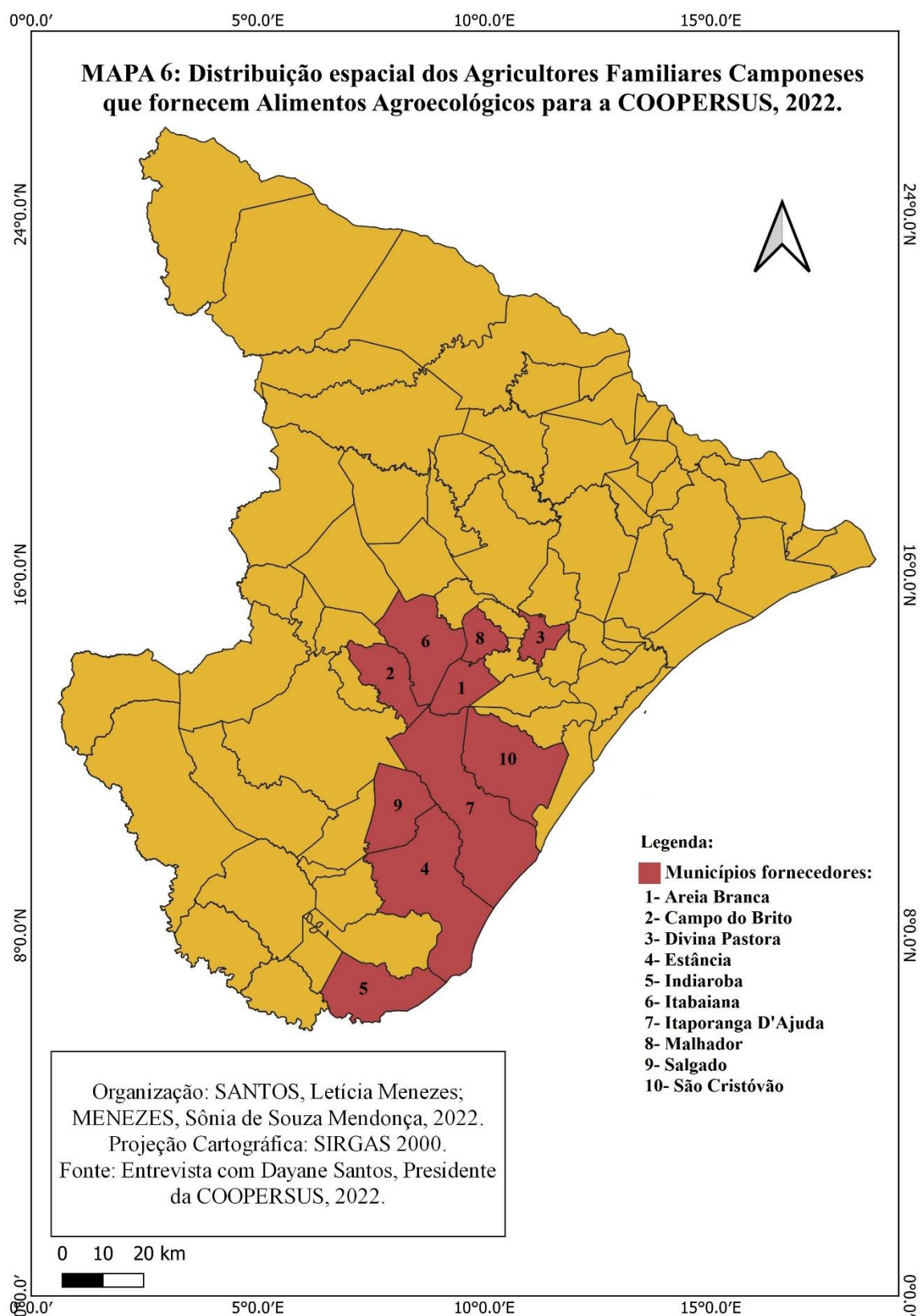
Cooperativa de Produção Sustentável de Sergipe - COOPERSUS

A COOPERSUS tem sede no povoado Canário, em Itabaiana, e foi fundada em 15 de janeiro de 2014. A cooperativa reúne agricultores de vários municípios, como Estância, Lagarto, Malhador, Divina Pastora, São Cristóvão, Moita Bonita, Ribeirópolis, Indiaroba, Simão Dias e Campo do Brito (MAPA 6). O grupo tem a declaração OCS (Organização de Controle Social) que permite a comercialização apenas para o consumidor diretamente. Os agricultores da COOPERSUS vêm lutando pelo selo participativo, meio que irá possibilitar a comercialização dos produtos, também, para redes de supermercados e restaurantes.

Atualmente, a cooperativa comercializa no Mercado Augusto Franco em Aracaju. A comercialização é realizada pelos agricultores e seus familiares. Em alguns casos, o agricultor que não pode vir a Aracaju tem seu produto vendido por outro membro da COOPERSUS, evitando a participação de atravessadores e o aumento, no preço, da mercadoria.

O grupo, também, disponibiliza no *WhatsApp* um grupo, recurso tecnológico considerado como mercado digital para acesso aos consumidores que desejarem ser adicionados receber, semanalmente, uma lista atualizada dos produtos fornecidos pela cooperativa, além de conter a exibição dos dias, locais e valores de entrega.

Mapa 6: Distribuição espacial dos agricultores familiares camponeses que fornecem alimentos agroecológicos para a COOPERSUS, 2022.



Os consumidores escolhem seus produtos e enviam para a conta do administrador do grupo de *WhatsApp*, sendo esse responsável por direcionar os pedidos aos agricultores familiares. As cestas podem ser entregues na residência ou o consumidor pode retirar no mercado Augusto Franco (Figura 17).

Figura 17 – Programação dos dias e rota das entregas realizadas pela COPERSUS Sergipe, 2021.

Nosso Delivery

REDE AGROECOLÓGICA
COPERSUS - SERGIPE

DIAS DE ENTREGA
terça-feira
Quarta-feira
Sexta-feira

CONTATO
(79) 998124389

DIAS	BAIRRO	TAXA	BAIRRO	TAXA	BAIRRO	TAXA
QUARTA	Aruama	R\$ 10,00	Areia Branca	R\$ 15,00	Mosqueiro	De R\$ 15 a 20,00
	Aeroporto	R\$ 10,00	Robalo	R\$ 15,00	Mediações	R\$ 15,00
	Farolândia	R\$ 7,00	Atalaia	R\$ 7,00	Coroa do Meio	R\$ 8,00
	A. Franco	R\$ 7,00	Santa Lúcia	R\$ 8,00	Mediações	R\$ 8,00
SEXTA	13 de Julho	R\$ 8,00	Luzia	R\$ 7,00	Suissa	R\$ 8,00
	Barra dos Coqueiros	De R\$ 15 a 20,00	Inácio Barbosa	R\$ 7,00	Jardins	R\$ 7,00
	Rio de Janeiro	R\$ 7,00	Grageru	R\$ 7,00	Orlando Dantas	R\$ 7,00
	São José	R\$ 8,00	Centro	R\$ 10,00	Mediações	R\$ 8,00

@coopersussergipe facebook.com/coopersussergipe coopersus.agroecologia@hotmail.com

Fonte – Página Instagram do @coopersussergipe, 2021.

Ao longo das entrevistas, foi possível perceber que há satisfação por parte dos agricultores em relação à autonomia proporcionada por estes circuitos curtos de comercialização. Para esses agricultores, lidar com o cliente e serem protagonistas da própria história fazem parte de um avanço que os entrevistados têm vivido, desejando que outros colegas agricultores alcancem esse objetivo e experiência em suas comunidades. Contudo, eles ressaltam que nem tudo é fácil, por isso destacam os desafios em participar desses espaços de comercialização, que exige autonomia e organização para a realização das entregas.

Recanto Camponês

O Movimento Camponês Popular (MCP) iniciou em setembro de 2021 em Sergipe a comercialização dos alimentos agroecológicos no espaço Recanto Camponês, com a proposta “unir campo e cidade, fornecendo alimento saudável e fortalecendo a produção camponesa” (Aline Rios, Coordenadora do MCP, Aracaju. Entrevista no 29/10/2021).

O Recanto Camponês foi idealizado e pensado de forma coletiva entre os agricultores familiares camponeses que estão envolvidos no movimento. A direção estadual do MCP de Sergipe e os militantes que moram em Aracaju, estão responsáveis pela comercialização da produção dos alimentos (Mapa 7). A coordenadora do MCP ressaltou em entrevista:

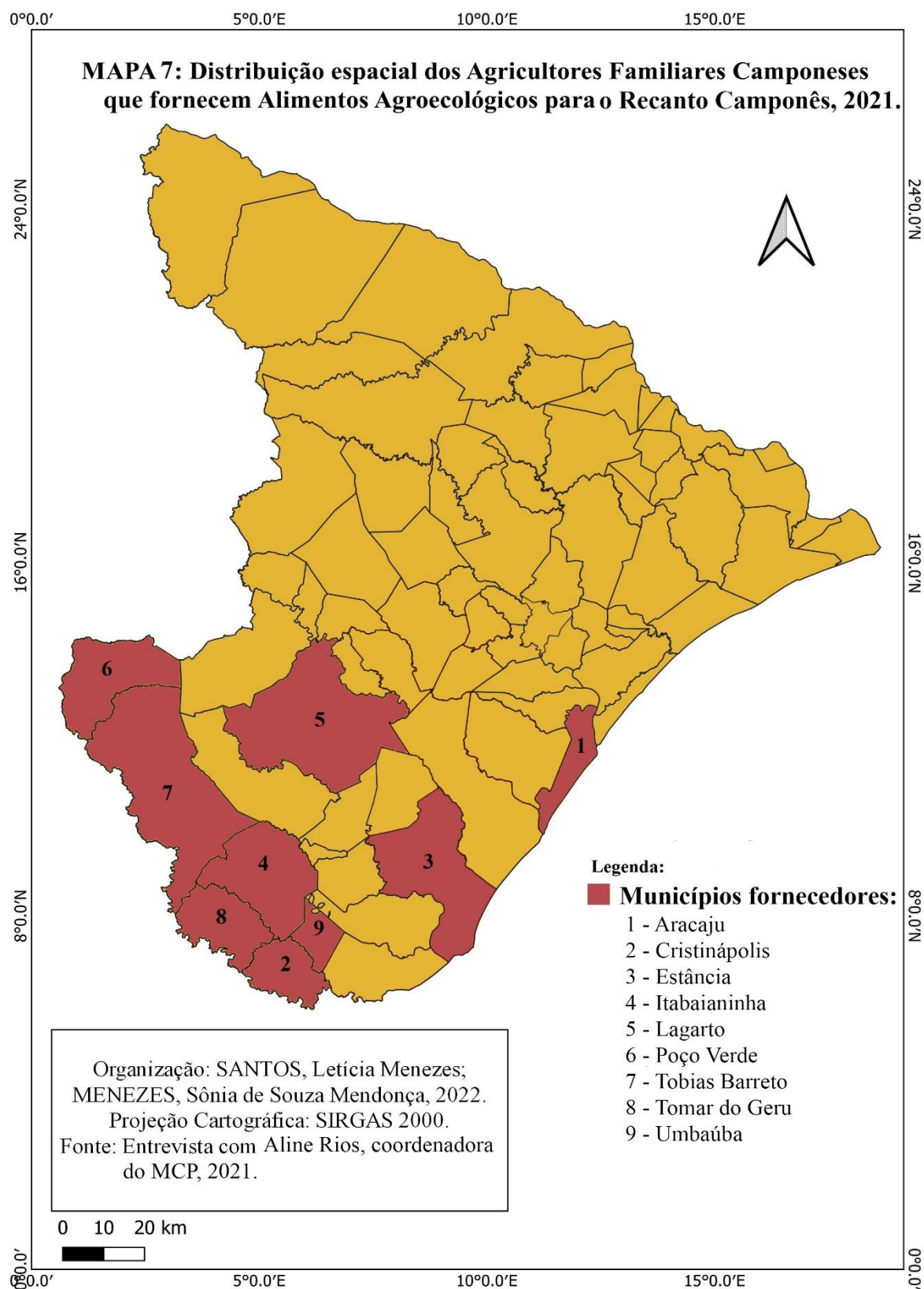
"A população de Aracaju tem demandado por comprar de quem faz, estão compreendendo a importância de saber quem produz e como produz, querem saber as procedências do seu alimento e com o fechamento das feiras agroecológicas em Sergipe a população da cidade passou a ter ainda mais dificuldade de acessar os produtos da agricultura familiar, o que também prejudicou o trabalho de quem produz os alimentos, que perderam seus espaços de comercialização" (Aline Rios, Coordenadora do MCP, Aracaju. Entrevista no 29/10/2021).

Os alimentos comercializados no citado recinto são provenientes de vários municípios localizados principalmente no sul do estado de Sergipe os quais são referência na citricultura. Todavia, observamos o avanço do MCP e o engajamento de jovens agricultores no movimento e na inserção das práticas agroecológicas sobretudo, no avanço do cultivo do milho crioulo.

De acordo com Aline e Marinho, membros militantes e organizadores do Recanto Camponês, o projeto de comercializar em um espaço físico teve apoio do Fundo Casa que foi fundamental para a realização deste sonho que tem se construído como um local de referência da comercialização agroecológica aqui em Aracaju, e só foi possível através da chamada Casa Cidades de 2020. A coordenadora do MCP conta que um dos principais objetivos do Recanto é proporcionar acesso direto à produção camponesa, sem atravessadores e a preços acessíveis.

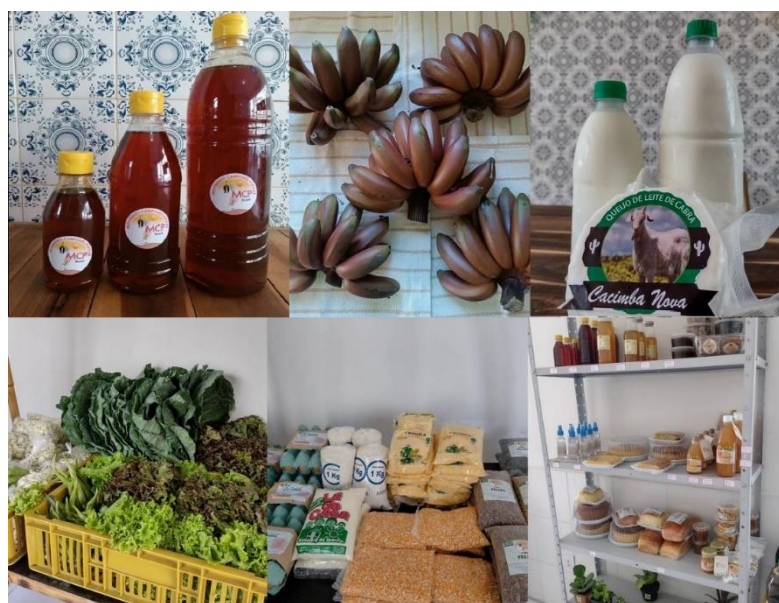
Para planos futuros, Aline informou que pretendem abrir o espaço para realizar eventos culturais e de formação para os companheiros do MCP e a população aracajuana e acrescentou que "pretendemos realizar oficinas de permacultura, oficinas artísticas e outras atividades culturais. Tudo com a proposta de promover a integração campo/cidade" (Aline Rios, Coordenadora do MCP, Aracaju. Entrevista no 29/10/2021).

Mapa 7: Distribuição espacial dos agricultores familiares camponeses que fornecem alimentos agroecológicos para o Recanto Camponês, 2022



O espaço reúne alimentos frescos e beneficiados pelos agricultores familiares camponeses do MCP, como frutas, verduras, hortaliças, queijos e leite de cabra, grãos, pães e bolos. Também são comercializados insumos agrícolas como o Biogeo, que é um biofertilizante líquido e o Bokashi que é um fermento ecológico, além de mudas diversas e artesanatos. Tudo é produzido pelo campesinato sergipano e por grupos que estão na cidade e tem produção sustentável. De acordo com a Aline, o produto mais procurado, é o cuscuz crioulo, que inclusive é comercializado em outros estados também. Figura 18 – Produção de alimentos frescos e beneficiados pelo Movimento Camponês, comercializado no Recanto Camponês, 2021

Figura 18: Produção do Movimento Camponês Popular, comercializado no Recanto Camponês



Fonte – Trabalho de campo, Aracaju, 29/10/2021.
Foto – SANTOS, Leticia Menezes (2021).

Assim como outros grupos, o Recanto Camponês tem utilizado como estratégia para minimizar os riscos da Covid-19, a entrega de cestas, é possível fazer o pedido de forma online e offline a qualquer momento através do WebFood no site: <https://recantocampones.webfood.top/>, onde estão listados todos os produtos disponíveis para venda. Mas, também, disponibiliza no espaço físico que fica na rua Santa Luzia, 902, bairro São José, todas as quintas das 13h às 19h e sextas das 09h às 19h.

Durante a pesquisa, tanto nos espaços de comercialização, quanto nos estabelecimentos dos agricultores, notamos o esforço dos agricultores familiares camponeses em aderir às novas tecnologias, como as redes sociais para se organizarem durante a pandemia. Isso mostra o quanto estão abertos a novas propostas, principalmente durante esses dois anos de

enfrentamento da pandemia Covid-19, que, apesar disso, não perderam o esforço e a vontade de demonstrarem sempre prazer pelo que fazem. Ressaltamos, ainda, a diversidade de alimentos cultivados, e na lista de produtos comercializados, os quais se comprova a diversificação. Os agricultores comercializam desde hortaliças, frutas e legumes, ovo caipira, e ainda alimentos com valor agregado, como bolos, doces, biscoitos, licor, mel, sorvete, entre outros. Todos os alimentos são cultivados e ou elaborados pelos grupos familiares nos diversos municípios evidenciados no mapa 7.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a instigante pesquisa em tempo de pandemia concluímos que, embora em Sergipe, como em outras escalas geográficas, propaga-se o avanço do agronegócio, contudo, observa-se o avanço do paradigma dos cultivos agroecológicos e orgânicos os quais estão vinculados a defesa da sustentabilidade agrícola, aproveitamento dos recursos produtivos locais e a valorização dos saberes e fazeres. Esse modelo de produção atrelado a preocupação com a preservação ecológica se mostra crescente e está alicerçado e legitimado pelos consumidores que demandam os alimentos nos diferentes espaços de comercialização na capital.

Ressalta-se que em Sergipe é crescente a produção e a demanda por alimentos agroecológicos e orgânicos, de acordo com o cadastro do MAPA em janeiro de 2022 foi identificado que 278 produtores estão vinculados às Organizações de Controle Social (OCS) nos Territórios de Sergipe, e cumprem as normas de produção orgânica, recebendo assim do Ministério da Agricultura a declaração que permite que esses agricultores vendam seus produtos orgânicos diretamente aos consumidores finais. Entretanto, eles estão restritos e não podem comercializá-los em supermercados, intermediários e restaurantes. Também foram identificados estabelecimentos rurais certificados pela OPACs, outras com certificados com o Selo de Orgânicos Brasil pela IBD Certificações LTDA.

Os espaços formais das feiras agroecológicas resultam do trabalho realizado pelas associações, pelos movimentos sociais e cooperativas que buscam eliminar a figura do atravessador e operam com o preço justo para os alimentos. Essas organizações possibilitam também a diversificação de alimentos oferecidos aos consumidores, além de fortalecer o grupo diante das dificuldades e das concorrências dos produtos convencionais. Além disso, ainda, beneficia os consumidores, uma vez que os alimentos são vendidos pelos preços negociados diretamente com os agricultores e contribui para a segurança alimentar nutricional.

Diante do exposto na pesquisa, percebe-se que os agricultores familiares de Sergipe estão engajados na agricultura agroecológica e orgânica, isso se deve principalmente às ações impetrada pelas organizações em cooperativas, associações ou individualmente, apoio da Endagro e algumas Secretarias.

Nos circuitos curtos de comercialização onde os agricultores comercializam os alimentos, para além da troca de experiências, é possível constatar que se criam laços de confiança e solidariedade entre os envolvidos, o que motiva os agricultores a ultrapassarem as dificuldades na realização das tarefas cotidianas.

Os agricultores evidenciaram como entrave dificuldade relacionada à organização e à gestão financeira na atividade. Porém, alguns grupos como a COORPESUS, ASPOAGRE e Rede Plantar para a Vida, tem implementado estratégias que auxiliem os agricultores nessa organização, e passaram a utilizar o caderno/diário de campo, além de tabelas no Excel que otimizam os resultados com as vendas.

Ter acesso aos mercados é um dos obstáculos enfrentados pelos agricultores familiares camponeses, os quais se encontram desmotivados por um sistema agroalimentar excludente e concentrador, sentimento que agravado durante o contexto da pandemia. Entretanto, é possível perceber que, nos últimos anos, a criação de mercados diferenciados ganhou relevância como estratégia de fortalecimento da agricultura familiar camponesa.

Nos Circuitos Curtos de Comercialização em Aracaju, foi possível perceber que se formam laços de confiança entre os envolvidos, além da troca de experiências, que motiva os produtores a superarem suas dificuldades no cotidiano de suas tarefas. Percebemos que os consumidores conformam laços de fidelidade com os agricultores, visitam os estabelecimentos rurais e aproveitam para comprar os alimentos diretamente em suas propriedades, e observam as técnicas e o manejo utilizados nos cultivos. Essas atividades fortalecem a confiança entre agricultores e consumidores, além de incentivar a divulgação nas redes sociais da experiência vivenciada.

As novas iniciativas de comercialização que surgiram, sejam presenciais ou as virtuais durante a pandemia da Covid-19, apontam a importância dos circuitos curtos e possibilitam estreitar a proximidade entre os envolvidos. A agricultura familiar camponesa mostrou que é possível redinamizar os territórios com base na sua capacidade produtiva e no alcance de novos canais de comercialização, inseridos nos circuitos curtos, por meio das redes varejistas, que atendem à demanda dos consumidores. Além de mercados municipais e feiras agroecológicas por meio do mercado digital, isto é, as vendas diretas pela *internet*, com o uso das redes sociais, como o *Instagram* e o *WhatsApp*, constituiu uma alternativa essencial para a manutenção desses agricultores no período da pandemia da COVID-19 e que avançou na atualidade.

A partir de questionamentos ao modelo agroalimentar, surgem novos espaços de comercialização em Aracaju, que valoriza além do respeito à cultura, às tradições, à biodiversidade e o desejo de fortalecer a autonomia do agricultor. Os espaços utilizados nos circuitos curtos, proporcionam ao agricultor, autonomia, ao contrário dos circuitos longos, em

que os produtores ficam dependentes das empresas que controlam o produto, destinando-o para demandar seus interesses

Diante do exposto, concluímos que os circuitos curtos de comercialização em Sergipe, assim como em outros estados, necessitam de maior atenção e apoio às iniciativas por parte do poder público por meio de políticas públicas que possibilitem o avanço dos cultivos agroecológicos e orgânicos e contribuam para eliminar os entraves enfrentados pelos agricultores familiares camponeses. Nesse sentido, ressaltamos a necessidade de criação de outros espaços para a comercialização desses alimentos sobretudo, nos bairros periféricos da capital, assim como a aquisição desses alimentos também pelos programas PAA e PNAE nas esferas estadual e municipal. Por fim, almeja-se que os resultados desta investigação suscitem novas pesquisas e atividades de extensão no âmbito das Instituições de Ensino Superior.

REFERÊNCIAS

- ALTIERI, Miguel. **Agroecologia: bases científicas para uma agricultura sustentável**. 3º ver. Ampl. São Paulo, Rio de Janeiro: Expressão Popular, AS-PTA, 2012.
- ALVES, Clovis Tadeu. **A Revolução Verde na mesorregião noroeste do RS (1930 – 1970)**. Dissertação (Mestrado em História) Universidade de Passo Fundo, 2013.
- ARACAJU. **Prefeitura Municipal de Aracaju**. Centro de artesanato, feiras livres e mercados. Disponível em: https://www.aracaju.se.gov.br/servicos_urbanos/feiras_livres. Acesso em 28 de janeiro de 2021.
- ARACAJU. **Relatório final do diagnóstico da cidade de Aracaju**. FRANÇA, V. L. A. (Coord.). Prefeitura Municipal de Planejamento e Orçamento, Aracaju, 2014.
- BARBARIOLI, Mario. **Calendário da agroecologia 2021**. Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia – CAPA Núcleo Rondon e ITAIPU Binacional. Paraná, 2021.
- BAVA, Silvio Caccia. Circuitos Curtos de produção e Consumo. IN: **Um campeão Visto de Perto: uma análise do modelo de desenvolvimento brasileiro**. HEINRICH BOLL STIFTUNG, Rio de Janeiro, 2012.
- BERTONI, Luci M.; MENEZES, Sônia de S. M. “AGRO É POP”: Distopia e Barbárie da droga dos Agrotóxicos. In: ALMEIDA, J. R. M. de; BERTONI, L. M. [Orgs.] **Distopia, barbárie e contraofensivas no mundo contemporâneo**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2022, p. 101-116.
- BETTI, P; FENIMAN, E; SCHNEIDER, T; NIEDERLE, P. A. O consumo politizado como resposta à crise socioambiental: as justificativas sociais da compra de produtos orgânicos em feiras-livres de Curitiba. In.: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (ORG.). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura** Curitiba: Kairós, 2013.
- BOMBARDI, Larissa Mies. **Pequeno ensaio Cartográfico sobre o Uso de Agrotóxicos no Brasil**. São Paulo: Laboratório de Geografia Agrária – USP, 2016.
- BRANDÃO, C. R. Reflexões sobre como fazer trabalho de campo. **Sociedade e Cultura**, vol. 10, nº 1, dez. 2007.
- BRASIL. Ministério da Agricultura e do Abastecimento. **Instrução normativa n. 007, de 17 de maio de 1999**. Estabelecem as normas de produção, envase, distribuição, identificação e de certificação de qualidade para produtos orgânicos de origem animal e vegetal. Disponível em: <<http://planetaorganico.com.br/site/?p=2999&preview=true>>. Acesso em 09 de setembro de 2017.
- CARVALHO, Cynthia Xavier de. **Agroecologia, movimento social e campesinato no agreste da Paraíba**. (Tese de Doutorado) UFPB/UFCG. João pessoa, 2008.

CARVALHO, Horácio Martins de. **Desafios para o agroecologista como portador de uma nova matriz tecnológica para o campesinato**. Curitiba, 2007.

CARVALHO, Horácio Martins. O Oligopólio na produção de sementes e a tendência à padronização da dieta alimentar mundial. In: STÉDILE, João Pedro (org.). **A Questão Agrária no Brasil: o debate na década de 2000**. São Paulo, Expressão Popular. 2013.

COCA, Estevan Leopoldo de Freitas. **A soberania alimentar através do estado e da sociedade civil: o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), no Brasil e a rede FarmTo Cafeteria Canada (F2CC), no Canadá**. (Tese de Doutorado) Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e tecnologia. Presidente Prudente, 2016.

CONTRERAS, Jesus. A modernidade alimentar: entre a superabundância e a insegurança. Tradução: RODRÍGUES, Regina A. D. Editora UFPR. **História: Questões & Debates**, Curitiba, n. 54, p. 19-45, jan/jun. 2011.

DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIERDELE, P. A; ALMEIDA, L. de; VEZZANI, F. M. **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013.

DAROLT, M. R.; CONSTANTY, H. **Estratégias de fortalecimento entre produtores e consumidores orgânicos**. In: Fórum Internacional do Complexo Agroindustrial Orgânico e Biotecnologias. Curitiba – PR, 2008. Disponível em: <https://livrozilla.com/doc/785505/darolt-m.r.-and-constanty.-estrat%C3%A9gias-de-fortalecimento>. Acesso em 28 de janeiro de 2021.

DAROLT, Moacir R. **Guia do Consumidor Orgânico**. Como reconhecer, escolher e consumir alimentos saudáveis. (Série Capacitação Técnica). Rio de Janeiro: Sociedade Nacional de Agricultura: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; Centro de Inteligência em Orgânicos, 2015.

DAROLT, Moacir R.; LAMINE, Claire; BRANDEMBURG, Alfio. **A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês**. Revista agriculturas. Curitiba – PR. V. 10 - n. 2, junho de 2013. Disponível em: <http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2013/09/Revista-Agriculturas-V10N2-Artigo-1.pdf> Acesso em 13 de outubro de 2017.

DAROLT, Moacir R.; LAMINE, Claire; BRANDEMBURG ; ALENCAR, Maria de Cléofas Faggion ; ABREU, Lucimar Santiago. Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. **Journal Ambiente & Sociedade**, V. 19. 2016.

DAROLT, Moacir Roberto. As principais correntes do movimento orgânico e suas particularidades, 2005. Disponível em: <http://www.planetaorganico.com.br/trabdurolt.html>. Acesso em 18 de setembro de 2021.

DAROLT, Moacir Roberto. Feiras orgânicas e agroecológicas públicas: o caso de Curitiba-PR. IN.: DAROLT, Moacir Roberto. ROVER, Oscar José. **Circuitos curtos de**

comercialização, agroecologia e inovação social. Florianópolis, SC: Estúdio Sempelo, 2021.

DINIZ, Dora Neuza Leal. **Aracaju:** a construção da imagem da cidade. (Dissertação de Mestrado em Arquitetura e Urbanismo). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2009.

EHLERS, Eduardo Mazzaferro. **O que se entende por agricultura sustentável?** Dissertação (Mestrado). São Paulo: USP, 1994.

FARIAS, Elisandra M. de B. **Análise da sustentabilidade econômica em uma organização de agricultores que atua com produção orgânica no sul do Brasil:** o caso da cooperativa de agricultores ecológicos do Vale do Caí – ECOCITRUS. Dissertação (Mestrado). Lajeado/RS: UNIVATES, 2011.

FERNANDES, Bernardo Mançano. Cuando la agricultura familiar es campesina. In.: HIDALGO F., Francisco; HOUTART, François; LIZÁRRRA A., Pilar (Orgs.). **Agriculturas campesinas em Latinoamérica:** propuestas y desafío. Quito: Editorial IAEN, 2014.

FERNAN Gliessman DEZ, Annelise C. F.; FERREIRA, Fernanda da S. Mercados e território: as feiras orgânicas e agroecológicas no Rio de Janeiro. In: ZANINI, Maria Catarina Chitolina; SANTOS, Mirian de Oliveira (Orgs.). **Feiras, feirinhas e feirões: a “economia dos centavos” em foco.** São Leopoldo: Oikos, 2017.

FRANCIS, Charles A.; GLIESSMAN, Stephen R.; LIEBLEIN, Geir; SALOMONSSON, Lennart. Agroecology: the ecology of food systems. **Journal of Sustainable Agriculture**, July, 2003.

GARCIA, Rosa Wanda Diez. Reflexos da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. **Revista de Nutrição.** Vol.16, n.4, pp.483-492. ISSN 1678-9865, 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1415-52732003000400011>. Acesso em 20 de fevereiro de 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.

GLIESSMAN, Stephen R. **Agroecología:** procesos ecológicos en agricultura sostenible. Turrialba, C.R.: CATIE, 2002.

GONÇALVES-DIAS, S. L. F.; MOURA, C. **Consumo sustentável:** muito além do consumo “verde”. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2007.

GUSMÃO, Adriana David Ferreira; FRANÇA, Vera Lúcia Alves. Centralidade urbana: reflexões sobre Vitória da Conquista e Aracaju. **Geopauta.** V. 3, nº 3, 2019.

HECHT, Susanna B. A evolução do pensamento agroecológico. **Agroecologia e desenvolvimento.** Ano I, nº 1, agosto, 1993.

HENRIQUES, Fernando Santos. A revolução verde e a biologia molecular. **Revista de ciências agrárias**, 2009. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/geouer>. Acesso em: 15 jun. 2021.

IBGE – **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Censo demográfico. 1970 – 2010. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em 11 de dezembro de 2020a.

IBGE – **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Contas nacionais. 2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/contas-nacionais/9088-produto-interno-bruto-dos-municipios.html?t=pib-por-municipio&c=2800308>. Acesso em 11 de dezembro de 2020.

KAMIYAMA, Araci. **Agricultura sustentável**. São Paulo: SMA, 2011. Disponível em: <http://arquivo.ambiente.sp.gov.br/cea/2014/11/13-agricultura-sustentavel1.pdf>. Acesso em: 20 de setembro de 2021.

KAUSTKY, Karl. **A questão agrária**. 3. ed. São Paulo: Proposta Editorial, 1980.

LEFF, Enrique. Agroecologia e saber ambiental. **Agroecologia e desenvolvimento rural sustentável**. Porto Alegre/RS, v.3, nº1, Revista trimestral publicada pela Emater/RS. Jan/Mar 2002. Disponível em: https://issuu.com/ematerascar/docs/01_387bf345e5860e Acesso em 09 de outubro de 2017.

LIMA, M. O uso da entrevista em pesquisa empírica. In: **Métodos de Pesquisa em Ciências sociais**. Bloco Qualitativo. São Paulo: Cebrap/Sesc São Paulo, 2016.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo**. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MACHADO, Luis Carlos Pinheiro; MACHADO FILHO, Luis Carlos Pinheiro. **A dialética da agroecologia: contribuição para um mundo com alimentos sem veneno**. São Paulo: Expressão Popular, 2014.

MACHADO, Vitor. A modernização da agricultura e a produção do biocombustível como energia alternativa: uma reflexão crítica. **Tékhnē & Lógos**, Botucatu, São Paulo, v.1, n.2, p.2-23, fev. 2010. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/134729/ISSN2236-9171-2011-01-02-01-25.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 23 de junho de 2021.

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Controle social na venda direta ao consumidor de produtos orgânicos sem certificação**. Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. Brasília: Mapa/ACS, 2022. Disponível em: http://www.planetaorganico.com.br/arquivos/CONTROLE_SOCIAL.pdf. Acesso em 6 outubro de 2021.

MARTINS, José de S. **Expropriação e violência: a questão política no campo**. São Paulo: HUCITEC, 1980.

MARTINS, José de Souza. **Os camponeses e a política no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1981.

MATOS, Patrícia Francisca; PESSÔA, Vera Lúcia S. A modernização da agricultura no Brasil e os novos usos do território. *Geo UERJ* - Ano 13, nº. 22, v. 2, 2º semestre de 2011 p. 290-322 - ISSN 1981-9021. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/geouerj/article/view/2456/1730>. Acesso em 14 de novembro de 2022.

MAZOYER, Marcel.; ROUDART, Laurence. **História das agriculturas no mundo: do neolítico à crise contemporânea**. Tradução de Cláudia F. Falluh Balduino Ferreira. – São Paulo: Editora UNESP; Brasília, DF: NEAD, 2010.

MEDEIROS, Monique; MARQUES, Flávia C. Plantando ideias inovadoras, colhendo transformações na agricultura familiar: a produção de base ecológica e a construção social de mercados no sul do Rio Grande do Sul. In: CONTERATO, Marcelo A. [et al.] (Org.). **Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos**. Porto Alegre: Via Sapiens, 2013.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; SILVA, Paulo Adriano Santos; SILVA, Hebert Ruan Conceição. Configuração espacial da geografia alimentar em Sergipe. **Confins**, nº40, 2019. Disponível em.: < <https://journals.openedition.org/confins/20412> > Acesso em.: 30/01/2022.

MENEZES, Sônia de S. M. Comida de ontem, comida de hoje. O que mudou na alimentação das comunidades tradicionais sertanejas? **OLAM – Ciência e Tecnologia** -, Ano XIII, v. 1, n. 2, p. 31-58, jul./dez., 2013. Disponível em: https://redib.org/Record/oai_articulo1769770-comida-de-ontem-comida-de-hoje-o-que-mudou-na-alimenta%C3%A7%C3%A3o-das-comunidades-tradicionais-sertanejas Acesso em 18 de julho de 2022.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. Feiras em Sergipe: domínio da cultura e comercialização em multiplicidade de tempos. In.: MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; ALMEIDA, Maria Geralda de (Orgs.) **Vamos às feiras!:** Cultura e ressignificação dos circuitos curtos. 1. ed. – Aracaju, SE: Criação Editora, 2021. Disponível em: <https://editoracriacao.com.br/wp-content/uploads/2021/08/feirassite.pdf>

MEIRELLES, Laércio. Soberania Alimentar, agroecologia e mercados locais. **Agriculturas – V. 1 – nº 0** – setembro de 2004.

MIKLÓS, Andreas Attila de Wolinsk. **Agricultura biodinâmica, nutrição e desenvolvimento humano** [recurso eletrônico]. São Paulo: Associação Brasileira de Agricultura Biodinâmica, 2019. Disponível em: https://biodinamica.org.br/images/ebook_nutricao_baixa.pdf. Acesso em 17 de setembro de 2021.

MOLLISON, Bill. **Introdução à permacultura**. Brasília: MA/SDR/PNFC, 1998. Disponível em: https://permacultura.paginas.ufsc.br/files/2016/07/introducao_a_permacultura.pdf. Acesso em 20 de setembro de 2021.

MONOS, Maria Geovania Lima. Tecnologia e Inovação na Cadeia Produtiva Sucroenergética do Estado de Sergipe: caracterização do setor e identificação dos padrões de inovação. 2009.

Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Federal de Sergipe, Núcleo de Pós-Graduação e Pesquisa em Economia, Sergipe, São Cristóvão.

MOREIRA, José Roberto. Críticas ambientalistas à Revolução Verde. **Estudos Sociedade e Agricultura**. V. 8, n. 2. 2000. Disponível em:

<https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/176>. Acesso em 23 de junho de 2021.

NIEDERLE, Paulo A.; ALMEIDA, Luciano. A nova arquitetura dos mercados para produtos orgânicos: o debate da convencionalização. In: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (Orgs.). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013.

OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino de. **A geografia das lutas no campo**. 10 ed. São Paulo: Contexto, 2001.

OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino de. **A mundialização da agricultura brasileira**. São Paulo: Iandê Editorial, 2016.

OLIVEIRA, Priscila S. de. **Canais de comercialização de orgânicos: desafios e alternativas de agricultores familiares do leste paulista**. Dissertação (Mestrado). São Carlos: UFSCar, 2014.

PALMEIRA, Moacir. Modernização, Estado e Questão agrária. **Estudos avançados**. Vol. 03, nº 07. São Paulo: set./dez., 1989.

PENTEADO, Silvio R. **Agricultura orgânica**. Piracicaba: ESALQ. Divisão de Biblioteca e Documentação, 2001. (Série Produtor Rural, Edição Especial).

PESSÔA, Vera Lúcia S. O paradoxo da Revolução Verde no Cerrado. **Élisée - Revista De Geografia Da UEG. Seção especial Território Cerrado**, v. 9 n. 2, 2020. Disponível em: <https://www.revista.ueg.br/index.php/elisee/article/view/10878>. Acesso em 18 de junho de 2021.

PIVETTA, Marcos. Niède Guidon: Arqueóloga diz que o Homo sapiens já estava no Piauí há 100 mil anos. Entrevista. **Revista FAPESP: Especial genômica_parte2.indd 73**, 2008. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/wp-content/uploads/2014/01/073-077-niede-guidon.pdf> . Acesso em 15 de março de 2021.

PLOEG, J. D. V. D. **Camponeses e Impérios Alimentares Lutas por Autonomia e Sustentabilidade na Era da Globalização**. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2008.

PLOEG, Jan Douwe Van Der. **Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização**. Tradução Rita Pereira. Porto Alegre: editora da UFRGS, 2008.

POLLAN, Michael. **Em defesa da comida**. Editora Intrínseca Ltda, Rio de Janeiro, 2013.

POLLAN, Michael. **O dilema do onívoro**. Editora Intrínseca Ltda, Rio de Janeiro, 2007.

PORTILHO, Fátima; CASTAÑEDA, Marcelo. **Certificação e confiança face a face na feira de produtos orgânicos**. IV Encontro Nacional da ANPPAS. Brasília, 2008.

PORTILHO, F. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 3, p. 1-12, 2005a.

PORTILHO, Fátima; OLIVEIRA, Daniel Coelho; CORÇÃO, Teresa; FERREIRA, Isis Leite. Novos espaços de experimentações: Produtores, consumidores e ecochefs em feiras orgânicas cariocas. In.: MENEZES, Sônia de S. Mendonça; CRUZ, Fabiana Thomé da (Orgs.). **Estreitando o diálogo: entre alimentos, tradição, cultura e consumo**. São Cristóvão: Editora UFS, 2017.

PORTILHO, F. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005b.

PORTO-GONÇALVES, Carlos Walter. El Desafio Ambiental. 1. ed. - Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, Mexico, 2006.

PRADO JÚNIOR, Caio. **Formação do Brasil contemporâneo: colônia**. 6ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1961.

QUEIROZ, Thiago Augusto Nogueira de; AZEVEDO, Francisco Fransualdo de. Circuitos da economia urbana: arranjos espaciais e dinâmica das feiras livres em Natal-RN. **Sociedade e Território**. V. 24, nº 1, p. 115 – 133, jan/jun 2012.

RIBEIRO, Silvia. Camponeses, biodiversidade e novas formas de privatização. In.: CARVALHO, Horacio Martins de (Org.). **Sementes: Patrimônio do povo a serviço da humanidade**. São Paulo, Expressão Popular. 2003.

ROVER, Oscar José; DAROLT, Moacir Roberto. Circuitos curtos de comercialização como inovação social que valoriza a agricultura familiar agroecológica. IN.: DAROLT, Moacir Roberto. ROVER, Oscar José. **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**. Florianópolis, SC: Estúdio Semprelo, 2021.

SANTANA FILHO, Laercio Souza. **A outra face da produção do espaço em Aracaju/SE: o desenvolvimento da agricultura urbana, seus impasses e contradições**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, SE, 2010.

SANTANA, José W. C. de. **Comercialização agrícola no estado de Sergipe**. 2005. 194 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2005.

SANTOS, Mirian de Oliveira (Orgs.). **Feiras, feirinhas e feirões: a “economia dos centavos” em foco**. São Leopoldo: Oikos, 2017.

SCHNEIDER, Sergio. Circuitos que apontam caminhos para sistemas alimentares mais sustentáveis e inclusivos. In.: DAROLT, Roberto; ROVER, Oscar José (Orgs.). **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**. Florianópolis, SC: Estúdio Semprelo, 2021.

SESSO FILHO, Umberto Antonio. **O setor supermercadista no Brasil nos anos 1990**. Tese (Doutorado em Ciências). Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz. Piracicaba, 2003

SILIPRANDI, Emma. **Mulheres e agroecologia**: transformando o campo, as florestas e as pessoas. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

SILVA, Bruno Jacobson da. **Circuitos curtos de comercialização de alimentos orgânicos: emancipação socio-econômica na agricultura familiar?** (Dissertação de Mestrado em Agroecossistemas). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, SC, 2015.

SILVA, José Graziano da. **Questão agrária**. Rio de Janeiro, Editora Brasiliense, 1993.

SOUZA, Raquel Pereira; BATISTA, Angelita Pereira; CÉSAR, Aldara da Silva. As tendências da Certificação de Orgânicos no Brasil. **Estudos Sociedade e Agricultura**. V. 27, nº 1, fev/maio, 2019.

STEDILE, João Pedro. **A questão agrária no Brasil**: o debate na esquerda – 1960 – 1980. 2ª ed. São Paulo: Expressão Popular, 2012.

TUAN, Yi-Fu. **Topofilia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. São Paulo: Difel, 1980.

TURATO, E. R. Decidindo quais indivíduos estudar. In: **Tratado da metodologia da pesquisa clínico-qualitativa**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2003.

TURATO, E. R. Métodos qualitativos e quantitativos na área da saúde: definições, diferenças e seus objetos de pesquisa. In: **Revista de Saúde Pública**. São Paulo, USP, v. 39, n. 3, 2005.

VEIGAS, Maurício da T. **Agroecologia e circuitos curtos de comercialização num contexto de convencionalização da agricultura orgânica**. Dissertação (Mestrado). UFSC. Florianópolis, SC, 2016.

ZANONI, Magda. A questão ambiental e o rural contemporâneo. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba, n.10, p.101-110, jul./dez. 2004 Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/made/article/view/3098/2479>. Acesso em 18 de junho de 2021.

APÊNDICES

Apêndice 1. Roteiro de entrevista semiestruturado para entrevista com os produtores



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA



ROTEIRO DE ENTREVISTA - COMERCIALIZAÇÃO DOS AGRICULTORES

Data do preenchimento do questionário: ____/____/____ N° do questionário: ____

Identificação: _____

1. Idade:

18 – 25 (); 25 – 32 (); 32 – 39 (); 40 – 47 (); 48 – 55 (); 56 – 64 (); acima de 65 anos

1.1 Sexo: Masc. () Fem. ()

1.2 Escolaridade: Não Alfabetizado () Alfabetizado ()

Ensino Fundamental: () completo () incompleto

Ensino Médio: () completo () incompleto

Ensino Superior: () completo () incompleto

1.3 Naturalidade _____ () Zona rural () Zona urbana

1.4 Residência _____ () Zona rural () Zona urbana

2. Espaços de comercialização: _____

3. Por que resolveu comercializar nesses espaços?

4. Além do Sr. (a), mais alguém da família produz e comercializa esses produtos nesse espaço ou em outro? Sim (); Não ()

Se sim, qual? _____

5. Produtor: () Individual / () Grupo _____

6. Conte um pouco da sua história com os alimentos agroecológicos e orgânicos?

7. Fale sobre os conhecimentos utilizados durante o processo do plantio à colheita, e com quem aprendeu?

8. Como estabelece os preços de venda dos produtos orgânicos/agroecológicos para os consumidores?

9. Quais são os canais de comercialização utilizados?

10. Durante a pandemia da COVID-19, que alternativas foram criadas para comercializar? Ocorreram alterações? Fale sobre elas?

11. O que você sabe a respeito das certificações? Você conseguiu algum tipo de certificação para os alimentos que produz?

12. Quais as vantagens e as restrições para comercializar os produtos orgânicos/agroecológicos do ponto de vista da produção e da comercialização?

Vantagens:

Restrições:

13. Na dimensão da comercialização dos produtos orgânicos/agroecológicos, quais os principais gargalos para a comercialização nas feiras?

Apêndice 2. Roteiro de entrevista semiestruturado para entrevista com os consumidores



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA



ROTEIRO DE ENTREVISTA - CONSUMIDORES

Data do preenchimento do questionário: ____/____/____ N° do questionário: ____

Identificação: _____

1. Idade:

18 – 25 (); 25 – 32 (); 32 – 39 (); 40 – 47 (); 48 – 55 (); 56 – 64 (); acima de 65 anos

1.1 **Sexo:** Masc. () Fem. ()

1.2 **Escolaridade:** Não Alfabetizado () Alfabetizado ()

Ensino Fundamental: () completo () incompleto

Ensino Médio: () completo () incompleto

Ensino Superior: () completo () incompleto

1.3 **Naturalidade** _____ () Zona rural () Zona urbana

1.4 **Residência** _____ () Zona rural () Zona urbana

1.5 **Mora com quem:** _____

1.6 **Profissão:**

() Funcionário Público () Do Lar () Assalariado () Aposentado(a) () Profissional Liberal () Autônomo () Empresário () Desempregado () outro

1.7 **A renda familiar está dentro de que intervalo (SM = Salário Mínimo)?**

() 1- 3 SM. () 6 - 9 SM () 12 - 15 SM () 3 - 6 SM () 9-12 SM. () > 15 SM

2. Local da entrevista: _____

3. Você sabe diferenciar produtos agroecológicos dos produtos orgânicos??

4. Desde quando você consome esses alimentos?

5. Onde você prefere comprar alimentos Agroecológicos e/ou Orgânicos?

6. Conhece o procedimento para a aquisição de um selo de orgânico?

7. Durante a pandemia da COVID-19, quais as alternativas você utilizou para comprar os alimentos Agroecológicos e/ou Orgânicos?

8. Durante a pandemia da COVID-19, você chegou a comprar os alimentos agroecológicos e orgânicos por *delivery*? Conta sua experiência com a entrega na residência, retirada em um ponto de apoio ou outros.

8.1 Ainda sobre o *delivery*, quantas vezes no mês você realizava as compras? _____

8.2 Ainda sobre o *delivery*, qual a sua opinião sobre esse serviço?

9. Você já visitou alguma propriedade e acompanhou a produção desses alimentos? Fale sobre sua experiência?

10. Na dimensão da comercialização dos produtos orgânicos, que sugestões você daria para melhorar os mercados dos alimentos Agroecológicos e/ou Orgânicos?



APÊNDICE 3 -TERMO DE CONSENTIMENTO E DE LIVRE EXCLARECIMENTO

Entrevistado (a): _____

PROJETO DE PESQUISA:

Comercialização dos alimentos agroecológicos e orgânicos nos circuitos curtos em Aracaju/SE

OBJETIVO GERAL DA PESQUISA:

Analisar as estratégias de reprodução social dos agricultores familiares camponeses nos circuitos curtos de comercialização de produtos agroecológicos e orgânicos em Aracaju – SE.

PROCEDIMENTOS:

Serão realizadas entrevistas com os sujeitos sociais: agricultor familiar camponês que comercializa alimentos agroecológicos e orgânicos em Aracaju - SE e consumidores. Com o intuito de compreender as estratégias de comercialização e a importância dessa atividade para a reprodução social, cultural e econômica dos agricultores familiares camponeses.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro que os objetivos e procedimentos descritos acima me foram lidos e explicados pelos responsáveis e que concordo em participar da mesma. Estou informado(a) de que se houver qualquer dúvida a respeito do andamento da pesquisa terei total liberdade para perguntar ou me recusar continuar participando. Também estou informado(a) que:

- a) Não serei obrigado(a) a realizar nenhuma atividade para a qual não me sinta disposto(a);
- b) Meu nome e dos demais participantes da pesquisa, não serão divulgados se assim o desejar;
- (☐) Sim, permito divulgar meu nome (☐) Não permito divulgar meu nome.
- c) Os responsáveis deverão fornecer informações sobre a pesquisa quando forem solicitadas;
- d) Os participantes da entrevista poderão solicitar que suas informações sejam excluídas;
- e) A entrevista será suspensa imediatamente caso venha a gerar conflitos ou qualquer mal-estar dentro do grupo;
- f) As entrevistas serão gravadas e transcritas.

Ao assinar este termo, passo a concordar com a divulgação das informações da pesquisa em ambientes acadêmicos, desde que respeitadas as condições acima, que me forem explicadas. A pesquisadora responsável por este projeto de pesquisa é Letícia Menezes Santos, pode ser

contatado pelo e-mail let.turismo@gmail.com ou pelo telefone: (79) 99600-9815, sob a orientação da Prof.^a Dra. Sônia de Souza Mendonça Menezes, e-mail soniamendoncamenezes@gmail.com.

Aracaju, _____ de _____ de 2021.

Entrevistado (a)

Letícia Menezes Santos (Pesquisadora)

APÊNDICE 4

Tabela 2 – Alimentos comercializados por mês, no ano de 2020 e 2021.

Mês de comercialização	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Alface Americana R\$2,00												
Alface cacheada R\$2,00												
Alface crespa R\$2,00												
Alface lisa R\$2,00												
Alho poró R\$5,00und												
Arroz branco R\$5,00												
Banana da terra R\$ 8,00 Kg												
Banana Prata R\$4,00 kg												
Berinjela R\$ 4,00 kg												
Beterraba molho R\$3,00und												
Cebolinha R\$1,50												
Cenoura no molho R\$3,00												
Chá caixinha R\$6,00												
Coentro R\$1,50und												
Couve R\$1,50												

Mês de comercialização	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Espinafre R\$2,50												
Hortelã miúdo R\$2,00												
Macaxeira R\$4,00 kg												
Polpa de Goiaba 500 e 200												
Polpa de Maracujá 500												
Rabanete R\$2,50und												
Rúcula R\$2,50												
Tomate cereja R\$10,00kg												
Vagem R\$10,00 kg												
Maracujá R\$6,00 kg												
Mel 260 ml/300 ml/500 ml/1L R\$44,00												
Ovo caipira R\$10,00												
Polpa de Acerola 500												
Salsa R\$ 2.50												
Abobrinha R\$4,00												
Alface roxa R\$2,00												

Mês de comercialização	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Batata doce amarela R\$4,00kg												
Cheiro verde R\$15,00 kg												
Composto R\$8,00pct												
Cuscuz de milho crioulo R\$5,00												
Polpa de Jenipapo 500												
Polpa de Manga 500												
Repolho R\$5,00kg												
Agrião R\$ 2.50												
Arroz integral R\$5,00												
Batata Branca R\$ 4.00 kg												
Coco verde R\$2,00und												
Inhame d'água R\$7,00kg												
Inhame São Tomé R\$ 9,00 kg												
Manjeriço R\$2,00												
Pepino R\$4,00kg												
Quiabo R\$6,00 kg												

Mês de comercialização	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Tomate R\$6,00 kg												
Cebola molho R\$3,00												
Flocos de arroz R\$4,50												
Hortelã graúdo R\$2,00												
Limão R\$ 7,00 kg												
Pólen R\$15,00 und												
Abacaxi R\$ 4,00												
Capim-santo R\$3,00												
Laranja R\$2,50kg												
Mamão Havaí R\$4,00kg												
Açaí R\$10,00 pct 500												
Inhame comum R\$10,00kg												
Molho Pimenta Malagueta R\$ 20,00												
Mostarda R\$3,00												
Polpa de Cajá 200 e 500												
Própolis R\$17,00												

Mês de comercialização	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Coco seco R\$4,00												
Farinha de mandioca R\$7,00kg												
Flocos de milho R\$5,00												
Inhame corneta R\$9,00kg												
Limão galego R\$7,00kg												
Nabo R\$4,00und												
Pimentão R\$8,00kg												
Polpa de Abacaxi 500												
Polpa de Tamarindo 500												
Polpa de TomateR\$4,00und												
Abacate R\$5,00 kg												
Alecrim R\$5,00												
Coco amarelo R\$2,00und												
Couve-flor R\$8,00kg												
Cuscuz de arroz R\$4,50												
Favo de mel R\$20,00												

Mês de comercialização	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Jenipapo R\$3,00 kg												
Maxixe R\$7,00kg												
Molho de pimenta sabor: Pimenta com acerola R\$7,00und												
Molho de pimenta sabor: Pimenta com manga R\$7,00und												
Polpa de graviola 500g R\$8,00												
Sapota R\$10.00 kg												
Tangerina R\$4,00												
Abóbora jerimum R\$5,00kg												
Acerola R\$5,00kg												
Batata borregar (batata abóbora) R\$4,00kg												
Brócolis japonês R\$8,00												
Chuchu R\$6,00 kg												
Coco Ralado R\$4,00und												
Farinha de arroz R\$7,00												
Lima da pérsia R\$ 5.00												
Maçã R\$14,00kg												

Mês de comercialização	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Taioba R\$3,00												
Vinagre de maçã R\$22,00												
Abóbora de leite R\$5,00kg												
Almeirão R\$5,00												
Banana maçã R\$6,00												
Caqui R\$10,00kg												
Feijão R\$7,50pct 500												
Folha de boldoR\$3,00ml												
Limão Mirim R\$7,00 kg												
Majongome R\$3,00												
Ovo capoeira R\$12,00D												
Pitomba R\$4,00ml												
Sapoti R\$20,00kg												
Terra preta R\$6,00												
Uva R\$15,00kg												