



Circuitos curtos de comercialização da produção agroalimentar/orgânica em Aracaju/SE: uma estratégia dos agricultores familiares/camponeses
Short commercialization circuits of agrifood / organic production in Aracaju / SE: a strategy of family farmers / peasants

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça¹; SANTOS, Letícia Menezes²
Universidade Federal de Sergipe, soniamendoncamenezes@gmail.com; Universidade Federal de Sergipe, let.turismo@gmail.com

Eixo temático: Economia dos Sistemas Agroalimentares de Base Agroecológica

Resumo: A demanda do mercado consumidor por alimentos agroecológicos e orgânicos tem suscitado o crescimento desse sistema de produção agrícola sustentável. Em Sergipe os agricultores familiares/camponeses têm conquistado novos espaços para comercialização um reflexo da procura acentuada desses alimentos. Este artigo tem por objetivo refletir a relevância dos circuitos curtos de comercialização de produtos agroecológicos e orgânicos para a soberania alimentar dos agricultores familiares/camponeses. Iniciamos a pesquisa qualitativa com a revisão teórica acerca dos conceitos para a interpretação da realidade empírica. Para compreender a temática foram realizadas visitas de campo e entrevistas com os agricultores em 2018/2019. Constatamos o avanço da comercialização desses alimentos nas feiras, a conquista de espaços em mercados públicos, a venda direta junto aos consumidores em repartições públicas e nos condomínios residenciais. Esses circuitos de comercialização fortalece os laços entre produtores e consumidores, promovendo o reconhecimento do trabalho, preço justo e contribui para a soberania alimentar dos agricultores familiares/camponeses.

Palavras-chave: Comercialização; Alimentos; Agricultores familiares/camponeses; soberania alimentar.

Introdução

Nas últimas décadas a demanda do mercado consumidor por alimentos agroecológicos e pelos produtos orgânicos cultivados pela agricultura familiar camponesa tem suscitado o crescimento desse sistema de produção agrícola sustentável. É perceptível o crescimento da demanda pelos consumidores em busca de alimentos limpos, sadios, e de fortalecer também politicamente os movimentos aos quais estão atrelados os agricultores familiares/camponeses, por meio do consumo político (Portilho, 2011). Essa nova dinâmica de alguns consumidores tem ampliado os territórios da agricultura agroecológica e da produção orgânica acendendo a oferta por meio de pequenos circuitos varejistas, mercados institucionais e feiras agroecológicas, além de diversas redes alternativas atreladas a entrega direta dos alimentos em condomínios residenciais, em órgãos públicos,

¹ Profa do DGE e PPGEIO da Universidade Federal de Sergipe.

² Turismóloga e Discente do curso de graduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe.



comercialização nos mercados além da venda direta aos consumidores nos estabelecimentos rurais.

Em Sergipe tem sido ampliado os espaços de comercialização dos alimentos agroecológicos e dos alimentos orgânicos, cultivados pelos agricultores familiares/camponeses. Tal movimento é legitimado pelos consumidores e reflete a desconfiança da alimentação produzida de forma convencional atrelada ao uso demasiado de agrotóxicos nos denominados por Ploeg (2008) de “impérios alimentares”. Diante da expansão das vendas desses alimentos, o objetivo deste artigo é refletir a relevância dos circuitos curtos de comercialização de produtos agroecológicos e orgânicos para a soberania alimentar dos agricultores familiares/camponeses.

As vendas desses alimentos constituem para as famílias envolvidas uma oportunidade de se manterem no espaço rural e de valorizar a produção agrícola que ecoa na reprodução familiar, na preservação do meio ambiente, assim como na autonomia da produção. “Los campesinos y los pequeños agricultores no tienen un puesto de trabajo: tienen una forma de vida” Shiva(2016, p.98). Esse modo de vida está fundamentado na terra e na preservação das sementes, “la semilla es pequeña, pero representa la fuerza motriz de la vida y la libertad(p.108). A terra, as sementes aliadas aos saberes locais proporcionam a diversidade de sabores. Produzir e comercializar no espaço local alimentos agroecológicos e os orgânicos vinculados a cultura, ao modo de vida dos seres humanos significa eliminar o paradigma de alimentos como mercadoria. Para Darolt et al (2013, p.9) “esses tipos de circuito de comercialização reforçam a noção de autonomia e conferem um maior peso e participação de consumidores e produtores na definição dos modos de produção, troca e consumo”. Nas unidades de produção familiares, é fundamental agregar valor ao produto, assim como utilizar a venda direta, que refletirá na obtenção da renda essencial para a continuidade no estabelecimento rural. Na sequência, apresentaremos o percurso metodológico, os resultados, as considerações finais e referências.

Procedimentos metodológicos

Para a realização deste artigo utilizamos a pesquisa qualitativa, no qual buscamos refletir sobre a importância dos circuitos curtos de comercialização dos alimentos agroecológicos e orgânicos para a soberania alimentar dos agricultores familiares/camponeses.

Iniciamos a pesquisa com a revisão teórica acerca dos conceitos e temáticas relacionadas aos circuitos curtos, soberania alimentar categorias fundamentais para a interpretação da realidade empírica.

Para coleta de dados primários realizamos visitas de campo nas áreas onde são realizadas a comercialização pelos agricultores familiares/camponeses em 2018/2019. Foram realizadas entrevistas e observações com roteiros



semiestruturados, para compreendermos a dinâmica da comercialização dos produtos agrícolas agroecológicos e orgânicos na cidade de Aracaju.

Circuitos curtos de produção agroecológica/orgânica em Aracaju/SE

Atualmente alguns consumidores constroem novas relações produção/consumo fundamentadas nas tradições, no modo de vida, na relação comida/calendário e, sobretudo, na defesa da agroecologia. Essas características marcam os circuitos curtos da comercialização de produtos agroecológicos e orgânicos pelos agricultores familiares camponeses e denotam a busca pela qualidade de vida, assim como, a relação com a valorização da tradição e do consumo político. Menezes e Cruz (2017, p.34) asseveram “a produção e o consumo de alimentos tradicionais não se prende exclusivamente à necessidade ou manutenção biológica das famílias, mas também à sociabilidade, à cultura, às crenças e os hábitos alimentares arraigadas aos grupos sociais”. A escolha dos produtos que serão consumidos está relacionada a valorização dos alimentos tradicionais e autênticos, produzidos localmente com técnicas sustentáveis, sem uso de defensivos químicos, e, na busca de reduzir o transporte em longas distâncias. A ascendência da demanda é verificada nos territórios e avoluma-se as estratégias criadas pelos agricultores de inserção nos circuitos curtos de comercialização. O circuito curto é definido como a comercialização de forma direta ao consumidor, que possibilita “diminuir o número de intermediários entre o produtor e o consumidor” (FRANÇOIS, 2000, p. 13). As vendas de forma direta estreitam as relações produção/consumo, avigoram os laços entre produtores e consumidores por meio da proximidade construída no momento da compra. Estas novas tendências de consumo, conformam estratégias que suscitam oportunidades de valorização dos produtos com os preços justos que rebata na elevação da produção e aumento da renda dos grupos familiares. Para os consumidores está relacionada ao consumo de alimentos com informações que permitem saber como, onde, de que forma e quem produziu os alimentos o que denota segurança no consumo diante da insegurança alimentar frente ao uso indiscriminado de agrotóxicos na produção de alimentos nas diferentes escalas geográficas. Shiva (2016, p. 93) assevera que “la agricultura biodiversa y orgânica contribuye a incrementar la productividad de las explotaciones y los ingresos de los agricultores, a reducir los costes para el consumidor gracias al comercio justo”. Para a autora a busca por produtos limpos isentos de aditivos químicos no processo de produção, repercutirá na defesa e proteção do meio ambiente, “al tempo que cuidamos de los agricultores y de nuestra propia salud” (p.94). Promover esse paradigma de produção significa estreitar a relação com a segurança alimentar dos consumidores, bem como contribuir para a soberania alimentar dos agricultores familiares/camponeses.

No Estado de Sergipe, a demanda pelos alimentos orgânicos e agroecológicos tem prosperado nos últimos anos acompanhando a tendência de consumo desses alimentos nas diferentes escalas geográficas. Essa comercialização em Aracaju está relacionada aos produtos de origem vegetal e animal como os hortifrutigranjeiros,



farinha, derivados de leite e doces. As associações e movimentos sociais, organizam os espaços de vendas e a intermediação entre produtores/consumidores. A ASPOAGRE (Associação dos Produtores Orgânicos do Agreste Sergipano) há 20 anos, constituiu dois pontos de comercialização em dois pontos fixos (na av. Francisco Porto e outra na Treze de Julho próxima a Praça da Imprensa), além da feira organizada na sede da AEASE - Associação de Engenheiros Agrônomos de Sergipe que acontece semanalmente às quartas-feiras. A movimentação dos consumidores nesses espaços é observada *in loco*, sobretudo, nos dias que são realizadas as entregas dos alimentos quando são criadas filas de espera nas portas das lojas nas horas que antecedem a abertura do comércio. Por sua vez, na feira desses produtos na Aease, também é verificada a demanda acentuada dos consumidores nas primeiras horas do dia. A Empresa Vida Verde que está localizada em Itabaiana conquistou certificação junto ao IBD desde o início do ano de 2004, e está produzindo e comercializando produtos de acordo com os critérios exigidos pela certificadora.

Enquanto isso, a COOPERSUS - Cooperativa de Produção Familiar Sustentável de Sergipe, com sede no povoado Canário em Itabaiana, fundada em 15 de janeiro de 2014, conta com os produtos agrícolas cultivados pelos agricultores de vários municípios (Estância, Lagarto, Malhador, Divina Pastora, São Cristóvão, Moita Bonita, Ribeirópolis, Indiaroba, Simão Dias e Campo do Brito). Atualmente a cooperativa organizou o projeto ativo da Feira Sobre Rodas com o objetivo de atingir o maior número de consumidores, inclusive aqueles que frequentam o Shopping Center (Figuras 01 e 02).



Com a utilização de um ônibus equipado, eles comercializam os alimentos orgânicos cultivados pelos agricultores, no pátio do SEBRAE às sextas-feiras pela manhã e no estacionamento do Shopping Jardins às sextas-feiras à tarde e vários bairros na cidade de Aracaju. Além desses pontos de vendas, essa cooperativa também vende os produtos diariamente na feira da agricultura familiar em pavilhão do Mercado Público localizado no Conjunto Augusto Franco.

A feira agroecológica, ocorre às quartas-feiras na passarela entre as didáticas V e VI na Universidade Federal de Sergipe, os agricultores familiares/camponeses se deslocam de vários municípios e vendem seus produtos nesse espaço. Também os agricultores comercializam os alimentos nos pátios de várias repartições públicas, ainda foram identificados uma proeminente rede direta junto aos consumidores nos condomínios residenciais, com o uso de aplicativos eletrônicos e das redes sociais



que viabilizam a entrega das cestas compostas por frutas, tubérculos, verduras, milho, feijão, ovos, carne bovina, suína, aves, além de doces. A procura por esses alimentos nas feiras e mercados de Aracaju tem instigado o produtor local a diversificar sua produção, assim como estimula a inserção de novos membros da família para dividir as tarefas e dinamizar a produção com a inovação de culturas a partir inclusive da troca de sementes. Nesses circuitos curtos de comercialização é verificado o compromisso de manter determinados pontos de venda com uma variedade de produtos, logo, observamos a solidariedade com a venda de produtos dos outros parceiros isto é, os agricultores que participam da feira geralmente também comercializam os produtos agrícolas cultivados por seus vizinhos, parentes e amigos que estão iniciando a produção agroecológica e que não conseguem participar da feira em virtude da diminuta oferta de produtos.

Conclusões

Os circuitos curtos conformam uma alternativa incorporada pela agricultura familiar/camponesa que explora novas tendências de consumo de forma direta proporcionando relações de proximidades entre agricultores e consumidores. Para os agricultores proporciona o desenvolvimento de relações de proximidade e confiança, consolida e incentiva a inserção de outros membros familiares, que repercute na geração de novos postos de trabalho e renda familiar. Ainda destacamos que os princípios como autonomia, solidariedade, segurança alimentar, justiça social, respeito à cultura e tradição locais são incorporados nas relações entre produção e consumo nesse tipo de comercialização direta. Nos circuitos curtos de comercialização dos alimentos agroecológicos/orgânicos são comercializados alimentos limpos, saudáveis e a renda gerada é essencial para a sustentabilidade e soberania alimentar dos grupos familiares no espaço rural.

Referências bibliográficas

FRANÇOIS, Martine. Comercializar os produtos locais: circuitos curtos e circuitos longos. Inovação no meio rural. **Caderno nº 7**. Observatório Europeu LEADER. Julho de 2000.

DAROLT Moacir R. LAMINE, Claire; BRANDEMBURG Alfio. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Agriculturas** v. 10 - n. 2 • junho de 2013, p. 8-13.

MENEZES, Sônia de S. M.; CRUZ, Fabiana T. da. Alimentos tradicionais como manifestação cultural na contemporaneidade. In: MENEZES, Sônia de S. M.; CRUZ, Fabiana T. da (Orgs.). **Estreitando o diálogo entre alimentos, tradição, cultura e consumo**. São Cristóvão: Editora da UFS, 2017. p. 25-44.

XI CBA
Congresso
Brasileiro de
Agroecologia
Ecologia de Saberes:
Ciência, Cultura e Arte na
Democratização dos
Sistemas Agroalimentares



PLOEG, J.D. Van Der. **Camponeses e impérios alimentares**: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização. Porto Alegre (RS): Editora da UFGRS, 2008.

PORTILHO, Fátima et al. A alimentação no contexto contemporâneo: consume, ação política e sustentabilidade. **Revista Ciência e Saúde Coletiva**. Número temático Alimentação e Nutrição em Saúde Coletiva, v. 16, n.1, p.99-106,2011.

SHIVA, Vandana. **Quién Alimenta al Mundo Realmente**: El fracaso de la agricultura industrial y la promesa de la agroecología. Traducción: Amelia Pérez de Villar. Madrid: Artes Gráficas Cofás. 2016.