

Desafios e perspectivas da cadeia de comercialização da produção agroecológica em Boa Vista/RR

DOI: <https://doi.org/10.24979/makunaima.v4i2.1129>

Edir Vilmar Henig

Universidade Federal de Minas Gerais/UFMG

<https://orcid.org/0000-0002-8191-1935>

Ester Ariel Fonseca de Castro

Universidade Estadual de Roraima/UERR

esterariel1510@gmail.com

7

Programa Ecoforte de apoio às redes de agroecologia e produção orgânica.

Cultivando o Futuro. Fonte: Schmitt et al. Rio de Janeiro, 2018.

RESUMO

Este trabalho destaca a agroecologia como um campo científico, um movimento social, uma prática sustentável e uma crítica aos meios convencionais de produção de alimentos, o agronegócio. Desta forma, a agroecologia tem por objetivos a segurança e a soberania alimentar de todos os povos, a produção e o comércio de alimentos sem o uso de químicos prejudiciais a saúde, a valorização do trabalho do agricultor familiar, o uso de circuitos curtos de comercialização e o estreitamento do laço entre produtor e consumidor. Assim, a problemática deste estudo está voltada a descobrir quais os principais entraves encontrados no processo de comercialização de produtos agroecológicos no município de Boa Vista-RR, objetivando identificar a principal forma de escoamento dos produtos, descrever os principais desafios enfrentados no processo e apontar as possíveis soluções. E dentre os desafios analisados e descritos neste estudo, vale destaque para a falta de conhecimento da população sobre os princípios agroecológicos e sobre as características dos produtos produzidos de forma limpa, uma vez que o consumidor, conforme relata os entrevistados, opta pelo produto convencional devido ao tamanho e a beleza descartando, na maioria das vezes, qualidade e procedência.

Palavras-chave: Agroecologia, Agricultura familiar, Produtos, Cadeias Curtas de Comercialização.

ABSTRACT

This work highlights agroecology as a scientific field, a social movement, a sustainable practice and a critique of conventional means of food production, agribusiness. In this way, agroecology aims at food security and sovereignty for all peoples, the production and trade of food without the use of chemicals harmful to health, the valorization of the work of the family farmer, the use of short marketing circuits. and the strengthening of the bond between producer and consumer. Thus, the problem of this study is aimed at discovering the main obstacles encountered in the process of commercialization of agroecological products in the municipality of Boa Vista-RR, aiming to identify the main form of product flow, describe the main challenges faced in the process and point out the possible solutions. And among the challenges analyzed and described in this study, it is worth mentioning the lack of knowledge of the population about agroecological principles and about the characteristics of products produced in a clean way, since the consumer, as reported by the interviewees, opts for the conventional product due to size and beauty, discarding, in most cases, quality and origin.

Keywords: Agroecology; Family farming; Products; Challenges.



INTRODUÇÃO

Segundo Niederle, Almeida e Vezzani (2013 apud SCHIAVON, 2020, p.17) a agroecologia é o campo científico que se propõe a estudar as formas inovadoras de agricultura de base ecológica, e sua importância na reestruturação das práticas agrícolas para a sustentabilidade. Caracterizando-se pelo desenvolvimento de metodologias e a propagação de conhecimentos voltados ao sistema ecológico de produção alimentícia.

Além de criticar veemente as produções de base agroindustrial, prática que ainda é extremamente incentivada no Brasil (pode-se citar a aprovação, em 2016, do projeto de Lei nº 3584/15 que cria a Política Nacional de Incentivo às Agroindústrias), a agroecologia incentiva todos os setores da sociedade a buscarem novas e eficientes maneiras de zelar pela sustentabilidade, uma vez que, de acordo com Sobral (2019), enquanto ciência a agroecologia congrega aspectos de vindos de outras áreas científicas como a agronomia, a ecologia, a economia, a sociologia e etc.

Desta forma, a agroecologia tornou-se um modelo a ser seguido exclusivamente pela agricultura familiar, que tem o objetivo de evoluir cada vez mais dentro dessa área e ganhar destaque com a produção de produtos agroecológicos voltados ao bem-estar da sociedade e a preservação da fauna e da flora locais.

Um modelo muito utilizado pelos produtores agroecológicos para a distribuição de seus produtos são os circuitos curtos de comercialização, dentro desse modelo destacam-se as feiras ao ar livre. Conforme destaca Godoy e Anjos (2007 apud LEITE E TELES, 2020, p.27) no Brasil a comercialização via circuito curto que mais se destaca é a feira livre, a qual se caracteriza pela forma de organização em que

agricultores se agrupam para comercializar seus produtos direto para os consumidores, proporcionando, desta forma, um contato mais íntimo com seus clientes com a troca de experiências e conhecimentos pessoais, gerando assim a maior valorização do trabalho do agricultor familiar.

Sendo assim, esta pesquisa tem como objetivo principal destacar os desafios enfrentados por produtores agroecológicos na comercialização de seus produtos no município de Boa Vista-RR. Em primeiro momento, propõe-se a coleta de dados para determinar qual ou quais são os meios utilizados para a realização do processo de comercialização (determinar qual tipo de circuito curto é utilizado) e posteriormente a compreensão e análise dos dados, para identificar os principais entraves no processo e elencar as possíveis soluções para os desafios encontrados.

O alvo de estudo desta pesquisa é a Articulação Agroecológica de Roraima que comercializa seus produtos na Feira do PA Nova Amazônia, localizada na Avenida Carlos Pereira de Melo, logo em frente ao Lions Clube. A articulação teve sua origem a partir de uma iniciativa nacional da ANA (Articulação Nacional de Agroecologia) que viu a necessidade da criação de um grupo engajado na produção e disseminação de produtos agroecológicos.

Desta forma o projeto Agroecologia nos Municípios foi criado com o objetivo de propagar os princípios e ideais da agroecologia por todo o país, e para tal, uma rede de pessoas comprometidas com o projeto deveria ser criada, foi aí que se iniciou no município de Boa Vista a Articulação Agroecológica, voltada a desenvolver as práticas agroecológicas através da produção e comercialização de produtos ecologicamente sustentáveis que proporcionem a segurança alimentar da população boa-vistense.

EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE AGROECOLOGIA

De acordo com Canuto (2017, p.140) foi com Basil Bensin, a partir de 1928, que o termo "Agroecologia" vem sendo utilizado bibliograficamente, pois antes disso seus princípios e trabalhos eram desenvolvidos sem o uso do termo em si, foi somente com os autores Steve Gliessman e Miguel Altieri, entre os anos de 1978 e 1983, que o conceito veio à tona. Ainda se ressalta que foi Altieri que estruturou o conceito contemporâneo de agroecologia (CANUTO, 2017).

A agroecologia no seu início não estabeleceu um marco para o desenvolvimento de técnicas sustentáveis, presume-se que tal ciência já era praticada pelo ser humano, principalmente por aqueles que tiravam da natureza seus maiores proventos, ou seja, as técnicas e saberes já eram colocados em prática antes mesmo da concepção do significado de agroecologia.

O uso do termo "agroecologia" - que existe desde os anos 30 e passou a ser mais amplamente utilizado a partir da década de 90, no âmbito científico e interface entre ecologia e agronomia - não estabelece o início de práticas ou concepções que poderiam ser caracterizadas como agroecológicas, pois já eram tradicionalmente realizadas por camponeses/as e/ou agricultores/as familiares (NEVES, LIMA E GONÇALVES, 2020, p.07).

Assim sendo, Altieri (2004) destaca que em meados dos anos 1970, a agroecologia emerge como uma abordagem científica que procura estudar os Agroecossistemas visando a promoção da sustentabilidade ecológica, social e cultural. Sendo seu conceito pautado por esses três pilares, dado que essa ciência não é apenas caracterizada por um conjunto de técnicas que visam exclusivamente a preservação do meio ambiente, fato que demonstra uma pequena parcela do que é a agroecologia.

Entre os anos de 1960 e 1970 ganhou força com os movimentos ambientalistas, já a década de 1980 foi importante para a construção do discurso agroecológico por meio de importantes publicações, entidades e mobilizações em torno do tema (PAIVA, 2019, p.01). Desde então a agroecologia surge enquanto uma ciência, de caráter multidisciplinar, que dá importância ao que o agricultor tem a dizer. Neste sentido, tem por objetivo valorar a vivência e os ganhos que vieram a partir de anos de "erros e acertos" com as tentativas desses indivíduos (BOAVENTURA et al. 2018).

Sobral (2019) dá destaque para o Congresso Internacional de Ecologia de 1974, e, mais particularmente, ao grupo de trabalho e ao relatório "Análise de Agroecossistemas", que segundo o autor, estabeleceram as bases da Agroecologia, que se desenvolveu metodologicamente e conceitualmente de modo mais fecundo nos anos 1980. Uma década depois, a partir de um vigoroso debate e a aplicação prática mais intensa, a Agroecologia expandiu suas bases epistemológicas com a incorporação das dimensões sociais, econômicas e políticas (CANUTO, 2017, P.140).

Segundo Altieri e Nicholls (2020) no site oficial do Brasil de Fato, a crise gerada pelo coronavírus demonstrou a fragilidade pela qual é formado o sistema de alimentação do país, pois vários produtos que estão na mesa da população são de cultivo industrial, ricos em agrotóxicos prejudiciais à saúde. Os autores relatam que a saúde humana, animal e ecológica estão conectadas, uma vez que a forma de plantio agroindustrial (com uma gama de substâncias químicas utilizadas no cultivo das safras que colocam em risco tanto a saúde do homem como a do meio ambiente) e a pecuária (inúmeros animais confinados em um espaço mínimo propenso a propagação de vírus) são fatores que afetam uns aos outros.

Em virtude disso a agroecologia tem crescido

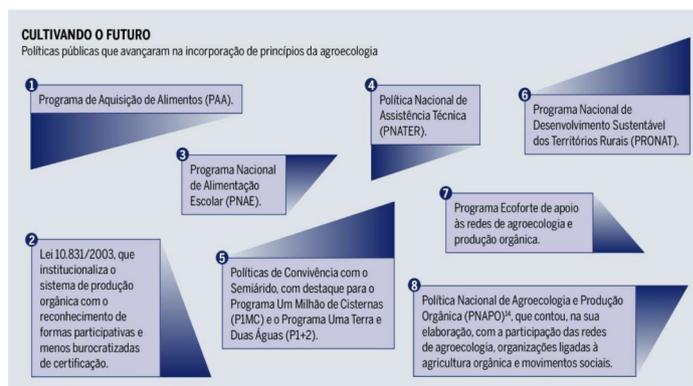
e conquistado espaço essencialmente na agricultura familiar, onde dada a sua característica de movimento social que prioriza o cultivo tradicional de alimentos, sem o uso de qualquer substância tóxica à saúde humana e do meio ambiente natural. A atividade teve destaque nas últimas três décadas porque possibilitou a transição para uma agricultura sustentável, que não apenas proporciona às famílias rurais subsistência, mas também, benefícios sociais, econômicos e ambientais significativos, além de fornecer ao mercado local alimentos de qualidade abastecendo as massas urbanas de maneira equitativa e sustentável (ALTIERI E NICHOLLS, 2020).

Diante do exposto, importa destacar que a agroecologia se firma como ciência e vem crescendo, se desenvolvendo e socializando com outros territórios que também buscam a sustentabilidade, a justiça social e o equilíbrio econômico.

Em âmbito científico e também político, no Brasil, entidades como Articulação Nacional de Agroecologia, os Encontros Nacionais de Agroecologia e a Associação Nacional de Agroecologia (ABA) vem articulando interessados no entendimento e difusão das práticas agroecológicas. Essas entidades têm ampliado a aliança da Agroecologia com outros temas e lutas como: soberania e segurança alimentar e nutricional, Economia Solidária, Feminismo, Justiça Ambiental, Comunicação e Cultura, Saúde Coletiva e Direito à Cidade, podemos ainda incluir o próprio tema da geração de conhecimentos de forma colaborativa e da tecnologia social (NEVES, LIMA E GONÇALVES, 2020, p.07 e 08).

No mapa mental criado por Schmitt et al. (2018) ressalta o avanço da agroecologia como tendência que está se incorporando à estrutura agrária no país.

Figura 1: Cultivando o Futuro



Fonte: Schmitt et al. Rio de Janeiro, 2018.

Em outubro de 2018 o site oficial do Governo Federal destacou a evolução da Agroecologia como prática agrícola sustentável no Brasil através da Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (PNAPO):

Os resultados quantitativos das ações da PNAPO foram impressionantes em termos de avanço da agenda agroecológica no Brasil (tanto em orçamento quanto iniciativas), com investimentos de 364 milhões de euros, levando a melhorias visíveis em larga escala para pequenos agricultores e grupos vulneráveis do Brasil. Entre as conquistas, a PNAPO construiu 143 mil cisternas, ajudou 5.300 municípios a investir 30% ou mais de seus orçamentos para alimentação escolar em produtos orgânicos e agroecológicos adquiridos de agricultores familiares e assistiu 393 organizações de agricultores familiares. A Política também lançou uma série de licitações que permitiram que as organizações agroecológicas expandissem seus números em uma escala sem precedentes, beneficiando mais de 132 mil famílias de agricultores, treinando quase oito mil técnicos e mais de 52 mil agricultores; promovendo 24 redes agroecológicas; capacitando 960 profissionais e lideranças políticas no financiamento de mulheres na agricultura orgânica e agroecológica, beneficiando 5.200 mulheres moradoras de zonas rurais em 20 estados brasileiros além de financiar nove projetos de fornecimento de sementes para agroecologia e muito mais.

Mais um exemplo da tendência agroecológica no país é a Iniciativa Agroecologia nos Municípios, um projeto estruturado pela Articulação Nacional de Agroecologia (ANA), com o objetivo de apoiar a agricultura familiar, e a soberania e segurança alimentar e nutricional. Como descreve Lanza (2021) no site oficial da Articulação:

Por meio de ações de mobilização em todos os estados do País, a iniciativa Agroecologia nos Municípios pretende conformar uma rede de municípios agroecológicos, por meio da adesão de prefeituras, prefeitos, vereadoras e vereadores, a fim de estimular que desenvolvam políticas públicas, leis e projetos que estimulem a agroecologia. Ou seja, se trata de uma iniciativa de incidência política com a finalidade de estímulo à criação, implementação e/ou aprimoramento de políticas municipais – tanto de apoio à agroecologia e à soberania e segurança alimentar e nutricional, como de resistência e enfrentamento às ameaças impostas às comunidades e aos sujeitos da agroecologia.

Contudo, apesar desse crescimento, esta ciência ainda encontra desafios a serem enfrentados para a disseminação de suas práticas por todo o país, destaque para o que diz Darolt (2019) “as experiências mostram que há carência de pesquisa aplicada e sistêmica, falta de assistência técnica e extensão rural (famosa ATER) e poucos profissionais habilitados para trabalhar com a complexidade da agroecologia”. Sobre esses desafios Camargo (2008) reforça que apesar da sociedade, teoricamente, concordar com meios mais sustentáveis de subsistência, isso ainda está no mundo das ideias, porque quando é pautado colocar a teoria em prática há resistência social se o que for mudado trouxer qualquer tipo de prejuízo financeiro. Apesar disso, Schmitt et al. (2018) relata que o movimento agroecológico tem conseguido manter, a sua dinamicidade, tanto em suas ações mais cotidianas como através de processos

coletivos de mobilização.

Como qualquer categoria produtiva, há um conjunto de características que formam a agroecologia, que a conceituam, conforme destaca Novakoski et al. (2020) são considerados produtores agroecológicos os grupos de produtores que realizam a agricultura agroecológica, ou seja, que adotam o uso de sementes tradicionais ou crioulas, a fertilização por meio da prática da compostagem, a produção diversificada de alimentos e animais de forma segura e com ações que promovam um sistema agroalimentar saudável e sustentável. Ademais, os agricultores agroecológicos definem a agroecologia como:

Um sistema de produção em que a relação do ser humano com o meio ambiente/natureza é respeitada, [...] observando-se a ligação estabelecida com as questões de saúde, o respeito ao consumidor, uma postura/projeto de vida, o respeito ambiental, o retorno econômico, o ponto de vista religioso e uma missão de vida (NOVAKOSKI E WIVES, 2020, P. 92).

Em sua maioria os produtores agroecológicos fazem parte da agricultura familiar, e de acordo com a FAO (2014) a agricultura familiar detém cerca de 75% dos recursos agrícolas no mundo, produzindo aproximadamente 80% dos alimentos consumidos, sendo de extrema importância na condução de sistemas mais equilibrados, contribuindo nas diversificações dos Agroecossistemas, e ajudando a garantir a segurança alimentar e a resiliência dos recursos naturais (GONÇALVES et al, 2020, p. 03).

Ainda de acordo com a FAO, em uma das postagens no seu site oficial, a agricultura familiar é um importante segmento para o desenvolvimento do Brasil. São aproximadamente 4,4 milhões de famílias agricultoras, o que representa 84% dos estabelecimentos rurais brasileiros. Toda via, o agronegócio no Brasil já é uma prática consolidada historicamente e que ainda está em

espaço, haja vista a evolução do cultivo de alimentos geneticamente modificados, os transgênicos, utilização de fertilizantes químicos e agrotóxicos:

Segundo o ISAAA (Serviço Internacional para Aquisição de Aplicações de Agrobiotecnologia), o Brasil cultivou 52,8 milhões de hectares com culturas transgênicas em 2019, um crescimento de 5,2% em relação a 2018. Essa área representa aproximadamente 28% de todo o cultivo global de transgênicos. (PORTAL DE NOTÍCIAS DO CROPLIFE BRASIL, 2020).

Assim, entre tantas adversidades, o produtor agroecológico além de buscar reconhecimento pelos seus esforços para a construção de uma sociedade sustentável, busca, ainda, seu espaço em um país onde o agronegócio é extremamente incentivado. Contudo, de acordo com Santos et al. (2021, p. 65) muitos esforços estavam sendo feitos para a formação de profissionais que atuam no campo com enfoque agroecológico. O Brasil é, provavelmente, o país no mundo com maior número destes cursos em funcionamento na atualidade, desde o nível médio até a pós-graduação.

Por mais, iniciativas encabeçadas pela ANA (Articulação Nacional de Agroecologia) estão dando oportunidades e suporte aos produtores na disseminação do seu trabalho por todo o país, mostrando o constante avanço da produção e do conhecimento agroecológico, que envolve diversas áreas da sociedade, destaque para:

O levantamento Municípios Agroecológicos e Políticas de Futuro - Iniciativas municipais de apoio à agricultura familiar e à agroecologia e de promoção da segurança alimentar e nutricional, realizado pela Articulação Nacional de Agroecologia (ANA), encontrou mais de 700 iniciativas municipais que apoiam, direta ou indiretamente, a agroecologia em suas localidades — entre elas, políticas públicas, ações, programas, leis, portarias e instruções normativas. As

iniciativas versam sobre 41 temas e envolvem 531 municípios em 26 estados (EMÍLIA JOMALINIS et al., 2021, p. 09).

Além dessa iniciativa, também vale salientar a iniciativa da Rede Ecológica para auxiliar o pequeno agricultor na comercialização dos seus produtos, conforme postagem no site oficial “um dos grandes objetivos da Rede é, portanto, apoiar e incentivar esses pequenos produtores, possibilitando o escoamento de sua produção e buscando uma interação mais próxima entre campo e cidade” (REDE AGROECOLÓGICA).

O processo de comercialização de produtos agroecológicos é relativamente simples e poucos são os estudos sobre qualquer tipo de modelo ou técnica para a comercialização. Contudo, um modelo que está intrinsecamente associado à agroecologia é a cadeia curta de comercialização, pois segundo Giuca (2012), as cadeias curtas implicam na redução ou eliminação dos intermediários nas relações entre produtores e consumidores, assim como na diminuição dos locais de passagem interna de uma cadeia de valor, encurtando o itinerário e o percurso de um alimento dentro do sistema agroalimentar. Logo, conforme Renting et al. (2017):

Os circuitos curtos são divididos por em três categorias, que os permitem ampliar o seu alcance no tempo e no espaço: a primeira se baseia nas interações face a face, em que as relações produtores-consumidores são mediadas pela interação pessoal (ou pela internet), podendo ser citados os exemplos de venda direta, tendas rurais, feiras, entrega de cestas, além do comércio on-line; a segunda categoria apoia-se nas relações de proximidade, em que a valorização do produto “local” é estendida para além de seu espaço, acessando mais consumidores por meio de cooperativas de consumidores, marcas regionais, eventos especiais, mercearias e restaurantes locais e varejistas especializados; a terceira categoria, especialmente estendida, é ainda mais abrangente, pois os produtos são vendidos fora do local da produção,

até mesmo fora do país de origem, por meio de selos e códigos que transmitem uma informação portadora de valor que alcança o consumidor, por exemplo, produtos de especialidades e do comércio justo.

Ainda sobre as interações face a face Cassol e Schneider (2017, p. 203) relatam que nesses mercados, a autenticidade dos produtos e a confiança, geralmente, estão associadas as interações pessoais decorrentes da possibilidade de os consumidores comprarem seus alimentos diretamente dos agricultores, sem qualquer forma de intermediação. Assim, estreitando os laços de amizade e estabelecendo a fidelidade do consumidor.

No que diz respeito as relações de proximidade França e Balestro (2013) discorrem que nestas relações de proximidade, há geralmente o envolvimento de outros atores, tais como lojas e restaurantes ou mesmo organizações vinculadas ao turismo local. Ou seja, o produto vai ganhando espaço na vida cotidiana do consumidor, uma vez que este só tinha contato com um único ponto de venda e agora pode ter acesso através de outros indivíduos também ligados a cadeia curta de comercialização. A exemplo disso, há duas feiras, uma localizada em Viçosa, Minas Gerais, que iniciada em 2016 e outra localizada em Córdoba, Andalucía, Espanha, iniciada em 2014, onde a venda em ambos os canais:

É majoritariamente direta, ou seja, são as(os) diferentes produtoras(es) que comercializam seus produtos durante o período da feira de forma individual ou familiar ou por meio de associações ou cooperativas. No entanto, nas duas experiências há também venda indireta de organizações que adquirem produtos do comércio justo ou orgânicos de outras localidades e os revendem (COSTA ET AL., 2020, P. 03).

Por fim, as feiras espacialmente estendidas também se caracterizam por serem aquelas em que são necessárias a transmissão e a tradução

de valores e informações em torno dos produtos e do local de produção aos consumidores de fora da região de produção, assim descrevem Gazolla e Schneider (2017, p.13). Logo tal modalidade expressa a valorização do produto agroecológico, pois suas vertentes e princípios são levados para outros lugares alcançando mais pessoas.

Desta maneira evidencia-se a compatibilidade entre as cadeias curtas de comercialização com os princípios e ideais agroecológicos. Essas categorias de comercialização visam o estreitamento da relação entre consumidor e agricultor, além de disseminar uma produção voltada ao enriquecimento cultural, econômico e social do país.

Dentro do tema da agroecologia pode-se encontrar a produção de produtos orgânicos, e estes possuem certos desafios pelos quais também sofrem os produtos agroecológicos. Os agricultores familiares encontram diversos obstáculos para o crescimento da produção orgânica, desde problemas estruturais, como baixa renda, pouca especialização, até problemas com a comercialização de seus produtos, como acesso a mercados, negociação, distribuição e atualização de preços (IPD, 2010).

Ademais, de acordo com Dalmoro e Kist (2019) em uma das postagens oficiais no site do OBEMA (Observatório Brasileiro de Economia e Mercados Agroecológicos e Orgânicos), onde os autores estavam realizando uma pesquisa com produtores orgânicos, estes:

Relataram obstáculos quanto ao controle de insetos e pragas, a preparação do solo. Também citaram a carência de mão de obra [...] as exigências relativas à certificação, que estão fora do controle dos produtores também foram mencionadas, como, por exemplo, o fato de vizinhos utilizarem agrotóxicos e contaminarem a produção.

Por mais, pode-se relatar a dificuldades e,

conforme Souza (2021, p. 32), os esforços para territorializar, massificar ou amplificar a agroecologia. Tal dificuldade está associada ao trabalho que os agricultores têm para propagar os ideais da agroecologia para a sociedade, visto que o Brasil é um país onde o agronegócio é extremamente desenvolvido e onde a maioria da população não tem a preocupação com a procedência e a qualidade dos alimentos que chegam até a sua mesa.

Desta forma, conforme Oliveira et al. (2020, p. 144) as feiras de produtos ecológicos constituem-se como a principal estratégia para a propagação da agroecologia, em função da proximidade agricultor-consumidor e da possibilidade de comercialização de alimentos a preços justos para agricultores e consumidores, justamente por tornar essa relação transparente e recíproca, uma vez que o consumidor sabe a procedência e os benefícios de um alimento agroecológico e o produtor tem seu trabalho reconhecido e valorizado.

Assim, o modelo de cadeia curta de comercialização oferece diversas formas para levar o produto até o cliente, potencializando seu desempenho e sempre buscando alternativas efetivas para uma comercialização enxuta e que leve o produto no menor tempo possível até o consumidor, propiciando uma relação de confiança e duradoura, uma vez que o produtor tem contato direto com o seu cliente. Podendo, dessa forma, identificar e conhecer o seu público-alvo, visando tornar seu trabalho mais eficaz, pois vai ter a chance de suprir, e até elevar, as expectativas dos seus consumidores.

METODOLOGIA

A princípio cabe destacar que esta pesquisa está voltada unicamente a desenvolver seus estudos e análises dentro da produção e do comércio de produtos agroecológicos, excluindo, portanto, os produtos orgânicos, pois há

diferenças significativas entre os dois modelos de produção alimentícia. Considera-se que a produção orgânica está centrada na geração de alimentos livres de agrotóxicos, enquanto a agroecológica abarca também aspectos sociais e culturais (WEBER E SILVA 2020, P.165).

Desta maneira, evidencia-se a importância de um processo eficiente de comercialização, dado que o pequeno agricultor depende da eficácia deste processo para o crescimento da valorização do seu trabalho, que irá mantê-lo no mercado e garantir sua subsistência. Em decorrência disso este estudo visou responder à seguinte questão de pesquisa: Quais os desafios que os produtores agroecológicos enfrentam para a comercialização de seus produtos no município de Boa Vista-RR?

No que compete a justifica prática deste estudo de início deve-se salientar que a difusão e o incentivo às práticas agroecológicas é, sem dúvida nenhuma, um extremo cuidado com o meio ambiente. A agroecologia, sendo um paradigma científico, visa preservar a natureza e todos os seus ecossistemas, buscando o equilíbrio sustentável, ou seja, atender as necessidades do homem sem causar danos ao ambiente natural em que ele vive.

Este estudo busca mostrar a importância do debate acerca dos obstáculos que o pequeno agricultor enfrenta para a comercialização do seu produto. Tratar desses obstáculos, evidenciá-los a sociedade mostra-se imprescindível, pois é através do reconhecimento do problema que se pode formular soluções para resolvê-lo. No que confere à justificativa teórica este estudo justifica-se por ter características de ineditismo, uma vez, que trata de um tema pouco explorado e disseminado na comunidade acadêmica.

Esta pesquisa utilizou-se somente da abordagem qualitativa para análise dos dados, uma vez que, segundo Zambello et al. (2018, p. 60) esta abordagem é utilizada quando se busca descrever a complexidade de determinado

problema – não envolvendo manipulação de variáveis ou estudos experimentais, [...] ainda levando em consideração todos os componentes de uma situação e suas interações e influências recíprocas considerando uma visão/perspectiva holística.

O objetivo é discutir os desafios no processo de comercialização de produtos agroecológicos em Boa Vista - RR, este estudo analisou os diversos fatores que incidem sobre o problema em questão e desmistificou suas ações e consequências em busca de responder a problemática da pesquisa sobre a qual está voltada esta investigação. Segundo Severino (2013, p. 107) a pesquisa exploratória busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto.

Desta forma, a pesquisa bibliográfica se faz necessária para alcançar o objetivo deste estudo. Segundo Gil (2002, p. 44) a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Sendo um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 158).

Assim sendo, foi a pesquisa de campo responsável por coletar informações imprescindíveis para a composição deste trabalho. Conforme Zambello et al. (2018, p. 46) na pesquisa de campo a fonte é um objeto que o pesquisador observa em seu ambiente natural (não ocorrendo a intervenção do pesquisador no ambiente, o que é característica da pesquisa experimental), e as informações observadas devem ser descritas da forma exata como ocorreram. Para a discursão aprofundada do tema e a estruturação de uma resposta adequada para a pergunta problema, a pesquisa de campo foi de grande valia para este estudo,

pois, um contato constante com o ambiente estudado gerou conhecimentos inéditos e imprescindíveis para o desenvolvimento desta pesquisa.

Por conseguinte, esta pesquisa se voltou ao estudo de caso para a coleta de dados em torno do objeto de estudo. O estudo de caso é um tipo de pesquisa que busca aprofundar uma unidade individual e pontual. Dessa forma, ele ajuda a estabelecer respostas para fenômenos mais localizados e específicos (ZAMBELLO et al., 2018, P. 60). Segundo Gil (2002, p. 54) o estudo de caso é utilizado para explicar as variáveis causais de determinado fenômeno em situações muito complexas que não possibilitam a utilização de levantamentos e experimentos.

Para a realização da pesquisa de campo e o estudo de caso o alvo escolhido foi a Articulação Agroecológica de Roraima, que teve sua origem com um projeto nacional chamado Agroecologia nos Municípios. Uma iniciativa Nacional proporcionada pela ANA (Articulação Nacional de Agroecologia) cujo objetivo é valorizar a agroecologia, a segurança alimentar e a agricultura familiar e camponesa em cada canto do país.

A entrevista semiestruturada foi escolhida para este estudo, pois nos dizeres de Marconi e Lakatos (2022, p. 321):

Também chamada de assistemática, antropológica e livre, em que o entrevistador tem liberdade para desenvolver o tema da interação em qualquer direção que considere adequada. É uma forma de poder explorar mais amplamente a questão.

As entrevistas denominadas de semiestruturadas que, por sua vez, oferecem mais flexibilidade ao pesquisador. Nessa direção, o entrevistador pode: 1) refazer questões; 2) reformular de modo distinto as questões caso o entrevistado não as compreenda; 3) certificar que foi devidamente entendido (ZAMBELLO et al., 2018, P. 71). Assim o entrevistador tem a

oportunidade de deixar o entrevistado confortável em responder questões difíceis, proporcionando uma resposta aprofundada e clara sobre o tema.

ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Esta pesquisa foi aplicada em uma feira de produtos agroecológicos situada na cidade de Boa Vista – RR. Visando alcançar os objetivos estabelecidos por este estudo, uma entrevista composta por 12 perguntas, todas relacionadas à comercialização de produtos agroecológicos, algumas voltadas especificamente para as dificuldades dessa comercialização e outras voltadas as possíveis soluções desses desafios, foi realizada com 5 pessoas, dentre elas 3 produtoras, o coordenador na feirinha e uma representante da ANA (Articulação Nacional de Agroecologia).

O objetivo deste estudo foi buscar respostas à pergunta problema - Quais os desafios que os produtores agroecológicos enfrentam para a comercialização de seus produtos no município de Boa Vista-RR? – e para tal utilizou-se a entrevista semiestruturada para obtenção dos dados necessários para a formulação da resposta. Com esse tipo de entrevista os entrevistados puderam ter uma liberdade na hora de responder as perguntas e de contar como toda a comercialização é feita, e principalmente, abriu espaço para relatarmos os principais desafios enfrentados e, no olhar deles, as principais soluções para os problemas.

É possível ressaltar que entrevistas semiestruturadas apresentam flexibilidade e dinamismo no diálogo com o interlocutor. Oportuniza, então, a reformulação de perguntas não tão claras para os participantes e a criação de novas perguntas que se formaram por *insight* na hora da entrevista e que ajudaram na obtenção de dados para a formulação de uma resposta adequada para a problemática deste

estudo e para o alcance dos seus objetivos.

No que diz respeito ao processo de comercialização dos produtos, mais precisamente, sobre a logística e locomoção, as produtoras relataram que todo o processo de locomoção é feito por elas e por suas famílias. São eles os responsáveis por colher os produtos que serão ofertados na feirinha e levá-los, em veículo próprio, até o local da venda. A categoria de circuito curto de produção utilizada na feirinha é a Face a Face, como citado anteriormente no tópico Referências deste estudo, o autor Reding et al. (2017) definiu a categoria como a relação mais pessoal e íntima com o consumidor, visto que não possui nenhum intermediário no processo de comercialização. De fato, é uma afirmação que é percebida na feirinha alvo desta pesquisa, pois são as próprias produtoras que estão em constante contato com o consumidor.

É através dessa relação mais próxima que as produtoras têm a chance de explicar ao seu cliente como o produto é produzido, sem qualquer uso de agrotóxicos, e quais suas vantagens para o aumento da qualidade de vida, nas palavras de duas das produtoras entrevistadas, Produtora 1: “Eles procuram qual foi o segmento da banana, aí eu vou explicar a marca da banana, o jeito”, já a Produtora 2 destaca que: “Eu costumo avisar que não é um produto esteticamente grande, bonito, mas é um produto que tem qualidade de vida, um produto sem veneno, um produto sem agrotóxico, sem inseticida, é um produto muito bem cuidado”.

É a partir dessas falas que se comprova o grau de confiança e veracidade que o circuito curto face a face voltado a produção agroecológica pode proporcionar a relação entre o pequeno agricultor e seu consumidor. Ainda nas palavras da Produtora 1 ao ser questionada sobre a vantagem de vender produtos agroecológicos, “eu acho que ganho mais cliente, eles pegaram aquela confiança em mim”.

Sobre a precificação dos produtos o coordenador da feirinha relata que infelizmente estes não são valorizados como deveriam ser, e por isso o preço que deveria ser diferenciado dos produtos convencionais, ou seja, aqueles cujo cultivo é feito com agrotóxico, não leva em conta toda a qualidade e valor do trabalho dos produtores. Assim, este fato faz com que no município de Boa Vista – RR o preço seja diferente do indicado para produtos sem nenhum químico em sua produção, nas palavras do coordenador:

O produto agroecológico, se nós fossemos levar ao pé da letra, ele de fato teria que ser precificado muito diferente do produto convencional, mas em Roraima, nós estamos falando especificamente em Boa Vista, infelizmente o produto agroecológico, o produto orgânico, ele ainda não tem uma devida valorização por conta da sociedade [...], então o que a gente vem procurando fazer é que o produtor coloque um preço que seja diferenciado do preço convencional, mas que não seja tão exorbitante, digamos assim, por que se não ele não vai conseguir comercializar.

Neste sentido, a Produtora 4 relata que:

Na feira os nossos produtos eram pra ser diferenciados mesmo, o preço um pouquinho acima do mercado, porém aqui em Roraima esses produtos ainda não são muito bem conhecidos, né, as pessoas elas visam mais o tamanho, a beleza e não a qualidade, então faz com que a gente comercialize, eu comercialize, a preço de mercado (no caso o mercado de produtos convencionais).

Desta maneira, comprova-se o que foi citado anteriormente pelo IPD (Instituto de Promoção do Desenvolvimento/Orgânicos) em uma pesquisa realizada em 2010 sobre a dificuldade que os produtores têm em atualizar os preços dos seus produtos, visto que a falta de interesse e procura por parte da população faz com que os preços caiam e desfavoreçam o trabalho do

produtor local.

Acerca desse tópico cabe destacar que, através das entrevistas realizadas e das informações coletadas, os desafios enfrentados variam de produtora para produtora, assim como variam daqueles que foram elencados pelo coordenador e pela representante da ANA, pois mesmo sabendo qual é a realidade da agroecologia no município de Boa Vista e mesmo as produtoras fazendo parte da mesma feira (praticamente realizando o mesmo processo de comercialização) a maneira de enxergar e perceber os desafios no processo são relativas e assim são várias visões e opiniões com relação ao tema abordado. Entretanto, o objetivo deste estudo está voltado a evidenciar e descrever quais são esses desafios, e mesmo eles sendo em sua maioria diferentes, alguns se destacam perante os outros, sendo citados por mais de dois entrevistados.

Assim, um dos entraves citado mais de uma vez pelos entrevistados é a falta de sensibilização e conscientização dos consumidores, que não tem interesse em buscar informações sobre a origem dos produtos que são consumidos (procedência, a maneira pela qual foi produzido, se foi usado ou não agrotóxicos em sua produção), e ainda, a falta de interesse em saber sobre o projeto agroecológico e quais as suas vantagens.

Tudo isso, evidencia um dos principais entraves para a comercialização dos produtos e a propagação dos ideais agroecológicos, uma vez que o consumidor, não tendo conhecimento sobre a produção agroecológica, desconfiam dos produtos por eles serem menores e com sua coloração não tão destacada em comparação aos convencionais que fazem uso de corante artificial. A Produtora 2 relata que “tem hora que dá vontade de desistir, porque as pessoas não acreditam que você faz um trabalho limpo, e se você chega aqui e vê uma alface que pesa 3kg e vê uma que pesa 1,5kg, você vai levar a que pesa

3kg, o pessoal compra pelo olho e não pela qualidade”.

De acordo, com a produtora 1 “os clientes não acreditam, [...] as vezes tem limão grande, limão comum que fica grande, eles não entendem que o limão dependendo da água, não entendem que o limão é comum, aí eu tenho que provar para eles”, nesse caso ela explicou que quando o cliente não sabe das características dos produtos locais, que são produzidos sem químicos, ela tem que fazer o trabalho de conscientização e provar que o produto não tem nenhum tipo de fungo e que no processo de produção nenhum agrotóxico foi utilizado. Desta maneira, mostra-se a desconfiança para com os produtos agroecológicos, ela ainda relata que, “o pessoal daqui não acredita, acreditam aqueles que moravam no interior, no tempo da minha avó, mas aqueles que são criados na cidade eles não sabem nem o que estão comendo”.

Nessa fala, é interessante destacar que a produtora 1 evidencia dois pontos de desinteresse do povo boa-vistense. O primeiro deles é a falta de procura por informação acerca dos produtos que estão consumindo, eles estão apenas acreditando que por serem esteticamente bonitos e por serem legumes e frutas são produtos saudáveis e que contribuem na melhora da qualidade de vida, assim optam pela beleza e não pelas vantagens que o produto oferece.

E o segundo ponto é sobre a escassez de pesquisa, de conhecimento e da desvalorização de produtos locais, que são produzidos na própria região e não importados de outros cantos do país. Sobre isso a produtora 2 relata que “aqui na nossa região o povo está acostumado com tudo que vem de fora, quando eu trazia meus tomates o pessoal nem acreditava que aqueles tomates eram produzidos agroecológicos de tão grande que eram, tão bonitos, o povo não acreditava”.

A Representante da ANA, quando questionada

sobre o assunto, alegou que quando as pessoas apoiam e valorizam a agricultura familiar elas aprendem sobre os produtos que são da sua própria terra, nas palavras dela “a população está muito acostumada a comer alface, couve, rúcula, né, então tem o almeirão local, cariru, beldroega, tem a taioba. Então você aprende a ver que existem outros alimentos, não só aqueles que a indústria alimentícia te força a comer”, nessa fala ela mostra a variedade dos produtos locais e o quando eles são deixados de lado pela população, que cada vez mais torna-se leiga quando o assunto é agroecologia.

Outro entrave que se destaca entre os demais é a falta de apoio, de verbas e investimentos na área de agroecologia. Nenhum incentivo é dado pelo município e pelo governo estadual, muito menos o governo federal, sendo o único apoio fornecido pelo Sebrae (a manutenção do local de realização da feira, consultorias e oferecimento de cursos de capacitação). De acordo com a representante da ANA:

Aqui não tem incentivo nenhum, aqui a produção é muito voltada ao agronegócio, a agricultura familiar tem muito pouco apoio, tanto a agricultura familiar que lida com o convencional, que é a maioria, e mais ainda o produtor agroecológico. Seria vantagem se enxergassem que, por exemplo, poderiam ter mais pessoas plantando, fornecer para as escolas, fornecer para a população, tendeu, o que acontece hoje é que a produção fica muito limitada e é muito sacrificante para o produtor.

Essa fala ressalta o que foi dito anteriormente por Souza (2021) onde falou que um dos desafios mais recorrentes na comercialização é a dificuldade de territorializar, massificar ou amplificar a agroecologia. A produtora 2 também destaca como um dos principais entraves a falta de apoio do governo e defende a formulação de políticas públicas em prol da agroecologia:

A gente precisava de um apoio, nas três esferas, tanto federal, quanto municipal, quanto estadual, que olhassem mais

para a agricultura familiar, e dentro dessa agricultura familiar o agroecológico. Porque o agroecológico, o pessoal diz assim, ah é porque vocês não têm o que fazer e vão trabalhar com o agroecológico, não é não, a gente tem que ter uma qualidade de vida melhor.

Pode-se destacar também a falta de apoio financeiro tanto para o processo de produção quanto o de comercialização. Destaque para a fala da produtora 4:

O financeiro, se a gente tivesse, por exemplo, uma linha de crédito, digamos assim, com juros mais baixos, coisas desse tipo, acho que, hoje se você analisar essa feirinha metade dela funciona e a outra metade não, exatamente porque o povo não está conseguindo, não estão conseguindo produzir, ou você compra um saco de esterco de galinha ou 10kg de arroz.

Dessa maneira ela mostra a precariedade e o custo da produção e comercialização dos produtos agroecológicos no município, evidenciando assim, a realidade dos produtores locais e a necessidade de um apoio concreto e constante a causa agroecológica. Tal apoio teria o intuito de conscientizar a população sobre o trabalho que é realizado na sua própria região, em prol da verdadeira qualidade de vida e buscando o reconhecimento, a valorização e consequentemente a melhora da situação econômica dos produtores e produtoras agroecológicos.

Consonante a falta de apoio do governo a representante da ANA cita ainda a falta de canais de comercialização propícios para os produtos agroecológicos, ela diz que:

Os principais desafios é criar canais de comercialização que deem condições econômicas e de vida para as pessoas se manterem com dignidade, porque aqui não tem [...]. Os canais de comercialização, assim, são muito poucos e muito incipientes, aqui se valoriza mais os grandes atacadistas que trazem coisas de fora do que o produtor local.

A partir dessa e das falas anteriores pode-se chegar à conclusão de que a demanda por produtos agroecológicos no município de Boa Vista é muito pequena. O desinteresse e falta de sensibilização da população justamente com a falta de apoio e o descaso com o trabalho agroecológico tornaram-se grandes entraves para o processo de comercialização. Destaque para o descaso com os produtos na seguinte fala da representante da ANA:

Por que os supermercados daqui não poderiam ter um balcão direto do agricultor familiar? Eles têm, mas você sabe como é que eles entregam lá, por consignação, é consignação, aí as vezes eles recebem tudo de volta, porque não tá ali destacado que é uma coisa do agricultor familiar, aí dificulta, é burocracia.

Conclui-se, portanto, que os entraves no processo de comercialização dos produtos agroecológicos é a falta de sensibilização e conscientização do público (em sua maioria desconhecem a existência da feirinha e os princípios sobre os quais a agroecologia se baseia), a falta de apoio das três esferas de governo (são elas federal, estadual e municipal), dentro desse entrave destaca-se principalmente para a falta de apoio financeiro, e por último a falta de canais adequados para a comercialização. Posto isto, cabe apenas formular as possíveis soluções para tais problemas.

Dentro deste tópico cabe destacar que todas as soluções aqui relatadas foram sugeridas pelos entrevistados e baseiam-se nos desafios identificados e descritos no tópico anterior, por mais, destaca-se que são possíveis soluções para tais problemas, não sendo definitivas para a resolução desses. Sendo assim, a representante da ANA quando questionada sobre quais possíveis soluções para falta de canais propícios para a comercialização, ela descreveu um projeto que já está ocorrendo no município, porém é um projeto incipiente, ainda está dando seus

primeiros passos atendendo a poucas pessoas. De acordo com ela:

O coletivo de consumo, esse foi um grande canal que está no início, está começando, mas assim é uma coisa que a pessoa enxerga de uma outra forma. É assim, elas produzem, quem compra recebe uma cesta semanal desses produtos orgânicos, de acordo com a sazonalidade dos produtos, não é você que escolhe, aqui em Boa Vista não dá kiwi, aqui dá manga, entendeu, aqui em Boa Vista dá cariru, mas não dá brócolis. Aí tem que entender essa lógica, aí você tá apoiando a agricultura familiar de base agroecológica, e tá recebendo um produto limpo.

São projetos como este que devem ser organizados e colocados em prática que irão favorecer ao mesmo tempo a comercialização local de produtos agroecológicos e trazer conhecimento para a população sobre o trabalho que é realizado por produtores e produtoras, desta forma, conscientizando e propagando os princípios da agroecologia. Logo depois da fala acima a representante sugere a unificação dos produtores para estes cobrarem um apoio real ao crescimento da agroecologia no município, tal apoio poderia ser feito através de projetos de sensibilização em escolas, incentivando o interesse pela feira e divulgando o trabalho realizado, além de difundir conhecimentos sobre a sustentabilidade que o movimento agroecológico prega. Nas falas dela:

Se é para ter um apoio à agricultura familiar, que seja um apoio real. Os canais de comercialização, assim, são muito poucos e muito incipientes, tendeu, aqui se valoriza mais os grandes atacadistas que trazem coisas de fora do que o produtor local [...]. Poderia ter um trabalho todo direcionado da agroecologia para as escolas, para a operação acolhida.

Portanto, deve-se dizer que é imprescindível o apoio a causa agroecológica para a manutenção da produção e da comercialização

via circuito curto, visando a segurança alimentar e a confiança na relação entre produtor e consumidor. Sobre esse apoio o Coordenador da feirinha diz que “nós precisávamos, digamos assim, melhorar a questão de políticas públicas, como os programas de governo que fazem aquisição de produtos da agricultura familiar. Poderíamos ter uma ampliação, digamos assim, da aquisição de produtos da linha agroecológica”. Ou seja, ele destaca que o planejamento e a organização de políticas públicas devem ser voltados também a comercialização de produtos agroecológicos, com o intuito de estimular tal comércio e difundir um movimento sustentável que não agride os recursos naturais e promove a soberania alimentar em Boa Vista.

A vista disso, o coordenador também fala que é importante o apoio em termos de crédito para fomentar a produção, que é dispendiosa e requer mais cuidado e atenção do que a produção de produtos convencionais. Com relação a esse tipo de apoio, e concordando com o coordenador, a produtora 3 relata que:

O financeiro, se a gente tivesse, por exemplo, uma linha de crédito, digamos assim, com juros mais baixos, coisas desse tipo, acho que, hoje se você analisar essa feirinha metade dela funciona e a outra metade não, exatamente porque o povo não está conseguindo, não estão conseguindo produzir, ou você compra um saco de esterco de galinha ou 10kg de arroz.

Desta maneira, ela evidencia a complexidade de se manter um negócio sustentável sem a assistência necessária. Em consonância a esse desafio, a ausência de iniciativas e projetos voltados a sensibilização e conscientização da população é um entrave que também está intrinsecamente ligado a baixa comercialização dos produtos. O problema está associado a falta de planejamento e organização com relação à divulgação da feira, sendo essa divulgação realizada pouquíssimas vezes durante o ano. Por

isso torna-se preciso uma divulgação constante que chegue ao conhecimento do consumidor, e que o faça rever seus conceitos sobre produtos verdadeiramente saudáveis. Segundo a produtora 1:

Fizemos um banquetão aqui, deu muita gente, o pessoal vieram da faculdade, botaram na televisão e tudo, mas o pessoal esquece, veio daquela hora ali, aí tem que tá toda hora lembrando. Tem que colocar na rádio, na rádio Roraima, que comunica muita gente, programas que o pessoal gosta, tá interagindo.

Isto posto, destaca-se a importância de estudos de marketing voltados a causa agroecológica, estudos que almejem conhecer o consumidor e suas características de consumo, e através deste estudo realizar pesquisas que descubram as oportunidades de desenvolvimento para a feira e pontos que precisam de melhoras. Destaque para a fala da produtora 3:

É muito, muito importante, eu acho que falta aqui para que as pessoas consumam mais é a divulgação mesmo, a agente sabe que a propaganda é a alma do negócio, então se você começa, se tivesse uma divulgação mais voltada para esses produtos, das pessoas compreenderem que o importante não é um pé de alface deste tamanho cheio de agrotóxico, mas o menorzinho mais saudável, que você pode comer sem medo, dar pro filho pequeno, então as pessoas iam valorizar mais.

À vista disso, vê-se o quanto é primordial o apoio social e financeiro para a continuação e desenvolvimento da feira, objetivando o alcance e a estruturação de novos canais de comercialização, visando expandir os princípios sustentáveis através de produtos limpos, não só para o município de Boa Vista como para os demais, aprimorando o circuito curto de comercialização e propagando um trabalho digno que busca a melhoria econômica, cultural e social da população.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No início deste estudo identificamos que a agroecologia é caracterizada como uma ciência, cujo campo de estudo é a sustentabilidade, que realiza suas pesquisas em prol da segurança alimentar e a manutenção do meio ambiente. Toda via, como também vimos, ela também é caracterizada por ser um movimento social que luta contra o desenvolvimento do agronegócio em detrimento de agrotóxicos usados em diversas plantações, o crescente descaso com o meio ambiente e a desvalorização do trabalho da agricultura familiar. Atestando assim a sua importância para uma nova estrutura e compreensão do que são produtos ecologicamente saudáveis e, com a utilização dos circuitos curtos de comercialização, ressaltamos a relação de confiança, inexistente no agronegócio, que produtor e consumidor devem ter.

Com base nisso, observamos neste estudo os desafios enfrentados pelos produtores no processo de comercialização de produtos agroecológicos no município de Boa Vista – RR. Visando compreender como o processo de comercialização é realizado, identificar e descrever os principais entraves que prejudicam seu desenvolvimento e apontar possíveis soluções para tais problemas. Tendo esses objetivos como premissa o alvo desse estudo foi a feira agroecológica localizada na zona oeste do município. Entrevistas foram realizadas com as produtoras que atuam na feirinha e através das informações coletadas e analisadas, identificou-se três grandes desafios para a comercialização, são eles: a falta de sensibilização e conscientização do consumidor, a falta de apoio social e econômico e a falta de canais propícios para a comercialização.

Tais entraves, discutidos anteriormente, mostraram a grande dificuldade de trabalhar com o agroecológico em Boa Vista, visto que a

população é extremamente leiga com relação aos ideais agroecológicos e não mostra muito interesse em projetos sustentáveis que atuam na região (já que a maioria não busca saber a verdadeira origem do produto que está consumindo). Tal dificuldade somada a falta de apoio do governo (em termos de divulgação e planejamento na área de marketing e na área financeira) e a falta de meios adequados para o escoamento da produção, evidenciaram o desleixo e a indiferença com a causa agroecológica.

Destaque para a ausência de sensibilização do consumidor que, conforme relata os entrevistados, desconhece as características dos produtos agroecológicos e, decorrente dessa falta de informação, optam por produtos convencionais (cuja produção realizada com agrotóxicos torna-os esteticamente mais coloridos e maiores quando comparados com os agroecológicos).

Por mais, este estudo por ter um enfoque numa área que é pouco discutida na região, comercialização de produtos agroecológicos, abre novas possibilidades para pesquisas e aprendizados acerca do tema, proporcionando conhecimento para gerações futuras interessadas em propagar a sustentabilidade e instaurar a segurança alimentar. Tendo a chance de propiciar uma nova visão do que é a agroecologia e instigar a população a aderir um modo de vida mais saudável, formulando um pensamento crítico sobre a procedência dos alimentos que estão consumindo.

Contudo, este estudo tem seus limites, visto que só pôde analisar a perspectiva de 5 indivíduos envolvidos com a agroecologia e a área foi limitada a um único município. Possibilitando, desta forma, a busca por novas perspectivas e realidades em outras regiões (podendo ser em outros municípios, estados, nacional ou até em outros países), aprofundando o tema discutido e possivelmente

descobrendo soluções alternativas e mais viáveis para os desafios elencados e/ou identificando desafios mais dispendiosos para a realização do processo de comercialização.

Tudo isso, proporcionando o crescimento de pesquisas na área agroecológica que aumentem a gama de informações reais e concretas sobre o assunto, fazendo com que seja um tema repercutido e discutido, com mais afinco, por meios de comunicação, escolas, universidades, instituições, secretarias, cujo foco de trabalho é o meio ambiente, ou seja, a sociedade como um todo, com o objetivo de gerar verdadeiras mudanças de paradigmas sobre a forma de garantir a segurança alimentar e do meio ambiente. Desta maneira, este estudo proporcionaria informações e conhecimentos basilares para aqueles que desejam conhecer e estudar o tema em questão.

Enfim, conclui-se que o processo de comercialização dos produtos agroecológicos no município de Boa Vista é deveras simples e custoso devido aos desafios que enfrenta diariamente, muito embora as produtoras tenham orgulho do trabalho realizado, pois sabem da relevância e da importância que seus produtos têm para o desenvolvimento de uma sociedade que, infelizmente não os enxerga da mesma forma.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTIERI, M. (Ed.). Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável. 5. ed. Porto Alegre: Ufrgs, 2004. Disponível em: <https://arca.furg.br/images/stories/producao/agroecologia_short_port.pdf>. Acesso em: 27/08/2022.

Articulação Nacional de Agroecologia (ANA). Disponível em: <<https://agroecologia.org.br/agroecologia-nos-municipios/>>. Acesso em: 18/05/2022.

- ALBERTI, Ricardo; MELO, Luana Fernandes; WIZNIEWSKY, José Geraldo. Compreensão do motivo de produtores agroecológicos não se tornarem produtores orgânicos. Santa Maria – RS, 2022. Disponível em: <<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/29585/25637>>. Acesso em: 01/06/2022.
- ALTIERI, Miguel A.; NICHOLLS, Clara Inés. Tradução de Romier Sousa. Artigo | A agroecologia em tempos de covid-19. São Paulo – SP, 2020. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2020/04/01/artigo-a-agroecologia-em-tempos-de-covid-19>>. Acesso em: 27/04/2022.
- BOAVENTURA, Kárita de Jesus; JÚNIOR Éder Dasdoriano Porfírio; VAZ, Wesley Fonseca; NETO, Carlos de Melo e Silva Neto; SILVA, Sandro Dutra. Agroecologia: Conceito, história e contemporaneidade. Anápolis – GO, 2018. Disponível em: <[file:///C:/Users/Positivo/Downloads/12711-Texto%20do%20artigo-38381-1-10-20190328%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Positivo/Downloads/12711-Texto%20do%20artigo-38381-1-10-20190328%20(2).pdf)>. Acesso em: 07/06/2022.
- BALESTRO, Moisés Villamil. Contribuições metodológicas para análise das cadeias curtas de produção: os ganhos da comparação e da causalidade. In: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S.(org.). Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: UFRGS, 2017. p. 27- 51.
- CAMARGO, M. S. Agroecologia: Novos caminhos para a agricultura familiar. Revista Tecnologia & Inovação Agropecuária, São Paulo, v. 1, 2008, p. 28 a 39. Disponível em: <https://permaculturanaserra.files.wordpress.com/2018/10/agroecologia-novos-caminhos-para-a-agricultura-famc3adliar.pdf>. Acesso em: 08/09/22
- CANUTO, João Carlos. Agroecologia: princípios e estratégias para o desenho de agroecossistemas sustentáveis. Santa Cruz do Sul - RS, 2017. Disponível em: <<file:///C:/Users/BIBLIOTECA/Downloads/9351-Texto%20do%20Artigo-42188-1-10-20170509.pdf>>. Acesso em: 10/05/2022.
- CAMILO, Guilherme Antonio Poscidonio Vieira. Agroecologia e Circuitos de Comercialização: agricultores da Central das Associações de Produtores Orgânicos do Sul de Minas. Rio Claro – SP. 2021. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/202307/camilo_gapv_me_rcla.pdf?sequence=3>. Acesso em: 05/06/2022.
- COSTA, Bianca Lima; CUELLAR, Mamen; SILVA, Márcio Gomes. Canais Curtos de Comercialização e Agroecologia: experiências Brasil e Espanha. São Cristóvão – SE, 2020. Disponível em: <<http://cadernos.aba-agroecologia.org.br/cadernos/article/view/2958>>. Acesso em: 07/10/2022.
- CASSOL, Abel; SCHNEIDER, Sérgio. Construindo a confiança nas cadeias curtas: interações sociais, valores e qualidade na Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo/RS. In: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S.(org.). Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: UFRGS, 2017. p. 27- 51.
- DAROLT, Moacir. Agroecologia: definição, lições aprendidas e desafios. OBEMA. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/obema/agroecologia-definicao-licoes-aprendidas-e-desafios/#:~:text=As%20experi%C3%AAs%20mostram%20que%20h%C3%A1,com%20a%20complexidad e%20da%20agroecologia>>. Acesso em: 15/05/2022.
- DALMORO, Marlon e KIST, Joice Inês. Dificuldades e Motivações na Produção e na Comercialização de Alimentos Orgânicos. 2019. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/obema/dificuldades-e-motivacoes-na-producao-e-na-comercializacao-de-alimentos-organicos/>>. Acesso em: 05/06/2022.
- FAO, Ifad. The state of food insecurity in the world, p. 80, 2014. WFP (2014). Disponível em: <<https://www.fao.org/3/i4030e/i4030e.pdf>>. Acesso em: 05/09/2022.
- GAZOLLA, Marcio; SCHNEIDER, Sérgio. Cadeias Curtas e Redes Agroalimentares Alternativas.

2017. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/232245/001020657.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 07/06/2022.
- GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4ª Edição. São Paulo - SP Editora Atlas S.A. 2002. Disponível em: <<https://home.ufam.edu.br/salomao/Tecnicas%20de%20Pesquisa%20em%20Economia/Textos%20de%20apoio/GIL,%20Antonio%20Carlos%20-%20Como%20elaborar%20projetos%20de%20pesquisa.pdf>>. Acesso em: 07/06/2022.
- GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: <<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em: 18/05/2022.
- GIL, Antonio C. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social, 7ª edição. São Paulo - SP: Atlas. Grupo GEN, 2019. 9788597020991. Disponível em: <<https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020991/>>. Acesso em: 18 mai. 2022.
- GIUCA, S. Conoscere la filiera corta. In: GIARÉ, F.; GIUCA, S. (Org.). Agricoltori e filiera corta: profili giuridici e dinamiche socio economiche. Roma: INEA, 2012, p. 11 30.
- GONÇALVES, Larisse Medeiros; VIGANÓ, Caroline; ABREU, Brisa Santos; VERGAS, Thiago Oliveira. Um Estudo Acerca o Desenvolvimento Rural em uma Comunidade no Município de Mãe Do Rio-Pa. Santa Cruz do Sul - RS, 2019. Disponível em: <<file:///C:/Users/Positivo/Downloads/19096-1192617350-1-PB.pdf>>. Acesso em: 05/09/2022.
- INSTITUTO DE PROMOÇÃO DO DESENVOLVIMENTO/ORGÂNICOS. PESQUISA- IPD. 2011. O mercado Brasileiro de produtos orgânicos. Disponível em: <<https://www.univates.br/bduserver/api/core/bitstreams/ccfcfc2-8dad-4aa1-b7a7-57761e41e5f6/content>> Acesso em: 19 nov. 2017.
- JOMALINIS, Emília. et al. Municípios Agroecológicos e Políticas de Futuro: Iniciativas Municipais de Apoio à Agricultura Familiar e à Agroecologia e de Promoção da Segurança Alimentar e Nutricional. 2ª Edição Revista e Atualizada. Rio de Janeiro, janeiro de 2021. Disponível em: <<https://agroecologia.org.br/wp-content/uploads/2021/01/Municipios-Agroecologicos-e-Politicas-de-Futuro.pdf>>. Acesso em: 03/06/2022.
- KIST, Joice Inês. Motivações e Dificuldades na Agroecologia: Ações de Melhorias para a Gestão da Produção e Comercialização. Lajeado - RS, 2018. Disponível em: <<https://www.univates.br/bdu/bitstream/10737/2500/1/2018JoicelnesKist.pdf>>. Acesso em: 05/06/2022.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de Metodologia Científica. São Paulo - SP. Editora Atlas S.A. - 2003. Disponível em: <https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india>. Acesso em: 07/06/2022.
- LAKATOS, Eva M. Fundamentos de Metodologia Científica. Disponível em: Minha Biblioteca, (9ª edição). Grupo GEN, 2021. Disponível em: <[https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597026580/epubcfi/6/38\[%3Bvnd.vst.idref%3Dhtml17\]!/4/238/10/5:23\[%20a%20%2Cpes\]](https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597026580/epubcfi/6/38[%3Bvnd.vst.idref%3Dhtml17]!/4/238/10/5:23[%20a%20%2Cpes])>. Acesso em: 27/08/2022.
- LANZA, Paula. ANA lança iniciativa Agroecológica nos municípios durante seminário nacional. 2021. Disponível em: <<https://agroecologia.org.br/2021/04/07/ana-lanca-iniciativa-agroecologia-nos-municipios-durante-seminario-nacional/>>. Acesso em: 12/05/2022.
- LEITE, Daniel Carvalho; TELES, Elton Carlos Pereira Vieira de Alencar. Comercialização de Produtos Agroecológicos a Partir de Circuitos Curtos: A Experiência Das Feiras Agroecológicas De Recife, Pernambuco. Recife - PE, 2019. Disponível em: <<https://www.periodicos.univasf.edu.br/index.php/>>

extramuros/article/view/1016/745>. Acesso em: 07/06/2022.

MIRANDA, Thiago. Comissão Aprova Criação de Política de Incentivo às Agroindústrias. Agência Câmara de Notícias. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/506293-comissao-aprova-criacao-de-politica-de-incentivo-as-agroindustrias/>>. Acesso em: 27/03/2022.

MICHAELIS. Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/sensibilizar%20/>>. Acesso em: 18/10/2022.

MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva M. Metodologia Científica. São Paulo - SP: Grupo GEN, 2022. 9786559770670. Disponível em: <<https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770670/>>. Acesso em: 19 mai. 2022.

NEVES, Ednalva Felix; LIMA, Márcia Maria Tati; GONCALVES, Gabriel Eduardo. Agroecologia e tecnologia social como caminhos para o desenvolvimento rural integral: Uma aproximação. Santa Maria – RS, 2020. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/204865427-Agroecologia-e-tecnologia-social-como-caminhos-para-o-desenvolvimento-rural-integral-uma-aproximacao.html>>. Acesso em: 07/06/2022.

NOVAKOSKI, Rodrigo e WIVES, Daniela Garcez. Agricultura Agroecológica No Oeste Do Paraná: O Papel Do Extensionista, Entidades De Ater E Agricultores. Paraná - PR. 2020. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/index.php/paraonde/article/view/97127/56268>>. Acesso em: 02/06/2022.

OLIVEIRA, Daniela; GRISA, Cátia e NIEDERLE, Paulo. Inovações e Novidades na Construção de Mercados para a Agricultura Familiar: os casos da Rede Ecovida de Agroecologia e da RedeCoop. Rio Grande do Sul - RS, 2020. Disponível em: <[https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/224128/001111281.pdf?](https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/224128/001111281.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

sequence=1&isAllowed=y >. Acesso em: 05/06/2022.

PAIVA, Raquel Lucena. Pensamento complexo, agroecologia e agrotóxicos: análise da inter-relação entre ciência, movimentos sociais e mídia no processo de construção social das informações sobre toxidade e risco. Estudos Sociedade e Agricultura, v. 27, n. 3, p. 547-565, out. 2019. Disponível em: <https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/ESA27-3_05_pensamento_complexo/689>. Acesso em: 07/06/2022.

Plano Safra da Agricultura Familiar 2017-2020. Plateforme de connaissances sur l'agriculture familiale. Disponível em: <<https://www.fao.org/family-farming/detail/fr/c/1148000/>>. Acesso em: 04/05/2022.

Portal de Notícias do Croplife Brasil. Disponível em: <<https://croplifebrasil.org/noticias/transgenicos-entregam-inovacao-para-agricultores-alcancarem-uma-producao-segura-e-sustentavel/#:~:text=Transg%C3%AAnicos%20no%20Brasil,o%20cultivo%20global%20de%20transg%C3%AAnicos>>. Acesso em: 01/06/2022.

Rede Ecológica. Disponível em: <<http://redeecologicario.org/areas-de-atuacao/interacao-entre-produtores-e-consumidores/produtores/>>. Acesso em: 03/06/2022.

RENTING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Compreendendo as redes alimentares alternativas: o papel das cadeias curtas de abastecimento de alimentos no desenvolvimento rural. In: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S.(org.). Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: UFRGS, 2017. p. 27- 51.

SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do Trabalho Científico. 1º Edição. São Paulo – SP. Editora Cortez, 2013. Disponível em: <<https://www.ufrb.edu.br/ccab/images/AEPE/>

Divulga%3%A7%C3%A3o/LIVROS/
Metodologia_do_Trabalho_Cient%3ADfico_-
_1%C2%AA_Edi%C3%A7%C3%A3o_-
_Antonio_Joaquim_Severino_-_2014.pdf>. Acesso
em: 07/06/2022.

SCHMITT, Cláudia; MONTEIRO, Denis; LONDRES,
Flávia; PACHECO, Maria Emília. Agroecologia no
Brasil. Fundação Heinrich Böll. Rio de Janeiro –
RJ, 2018. Disponível em: <<https://br.boell.org/pt-br/2018/09/02/agroecologia-no-brasil>>. Acesso
em: 03/05/2022.

SCHIAVON, Olívia Prado. Inovação dos Modelos
de Negócios Agroecológicos à Luz das
Capacidades Dinâmicas. Curitiba, 2020.
Disponível em:< [https://acervodigital.ufpr.br/
bitstream/handle/1884/68626/R%20-%20D%20-
%20OLIVIA%20PRADO%20SCHIAVON.pdf?
sequence=1&isAllowed=y](https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/68626/R%20-%20D%20-%20OLIVIA%20PRADO%20SCHIAVON.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em:
07/06/2022.

SOBRAL, Vivianne Caroline Santos. Agroecologias:
um estudo dos programas de pós-graduação em
Agroecologia no Brasil. São Paulo – SP, 2019.
Disponível em:< [https://repositorio.ufscar.br/
bitstream/handle/ufscar/13612/
Tese_Vivianne%20Caroline%20Santos%20Sobral_
OK.pdf?sequence=1](https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/13612/Tese_Vivianne%20Caroline%20Santos%20Sobral_OK.pdf?sequence=1)>. Acesso em: 07/06/2022.

SOUZA, Fernando Cesar de Oliveira. Circuitos
Curtos de Comercialização de Alimentos: A
Conquista de Territórios para Agroecologia no
Triângulo Mineiro. Araras – SP. 2021. Disponível
em: <[https://repositorio.ufscar.br/bitstream/
handle/ufscar/15870/
Disserta%c3%a7%c3%a3o_FernandoSouza.pdf?
sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/15870/Disserta%c3%a7%c3%a3o_FernandoSouza.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em:
05/06/2022.

SANTOS, Amaury da Silva; ALMEIDA, Ana Cristina
Oliveira; TAVARES Edson Diogo. Breve Histórico
da Agroecologia em Sergipe. Sergipe – SE, 2021.
Disponível em:< [https://
www.alice.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/
1136685/1/1016.B1V4-NRNE.pdf](https://www.alice.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/1136685/1/1016.B1V4-NRNE.pdf)>. Acesso em:
31/05/2022.

WEBER, Josiane; SILVA, Tatiane Nunes. A
Produção Orgânica no Brasil sob a Ótica do
Desenvolvimento Sustentável. Rio Grande do Sul,
2020. Disponível em:< [file:///C:/Users/Positivo/
Downloads/Weber_Silva_2021_A-Producao-
Organica-no-Brasil-_62173.pdf](file:///C:/Users/Positivo/Downloads/Weber_Silva_2021_A-Producao-Organica-no-Brasil-_62173.pdf)>. Acesso em:
07/06/2022.

ZAMBELLO, Aline Vanessa; MAZUCATO, T. (Org);
SOARES, Alessandra Guimarães; TAUIL, Carlos
Eduardo; DONZELLI, Cleivaldo Aparecido;
FONTANA, Felipe; CHOTOLLI, Wesley Piante.
Metodologia da Pesquisa e do Trabalho
Científico. Penápolis: FUNEPE, 2018. Disponível
em:<[https://faculdaedefastech.com.br/
fotos_upload/2022-02-16_10-06-51.pdf](https://faculdaedefastech.com.br/fotos_upload/2022-02-16_10-06-51.pdf)>.