

Clecia Simone Gonçalves Rosa Pacheco
Reinaldo Pacheco Santos
(Organizadores)

AGROECOLOGIA



PRODUÇÃO E SUSTENTABILIDADE EM PESQUISA



editora
científica digital

Clecia Simone Gonçalves Rosa Pacheco
Reinaldo Pacheco Santos
(Organizadores)

AGROECOLOGIA



PRODUÇÃO E SUSTENTABILIDADE EM PESQUISA

1ª EDIÇÃO



editora
científica digital

2022 - GUARUJÁ - SP

Armazém da caatinga e os produtos da agricultura familiar brasileira: um espaço de comercialização de produtos orgânicos e agroecológicos no território Sertão do São Francisco da Bahia

| **Alúcio Sampaio Neto**
Universidade de Pernambuco - UPE

| **Eryka Fernanda Miranda Sobral**
Universidade de Pernambuco - UPE

| **Clecia Simone Gonçalves Rosa Pacheco**
Instituto Federal do Sertão Pernambucano - IFSertãoPE

| **Silvio André Vital Junior**
Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

| **José Lincoln Pinheiro Araújo**
EMBRAPA Semiárido

| **Reinaldo Pacheco dos Santos**
Universidade Federal do Vale do São Francisco - UNIVASF

| **Antonio de Santana Padilha Neto**
Universidade do Estado da Bahia - UNEB

| **Florisvaldo Cavalcanti dos Santos**
Universidade do Estado da Bahia - UNEB

| **Maria Herbênia Lima Cruz Santos**
Universidade do Estado da Bahia - UNEB

| **Jefferson Gomes Fonseca Tolentino**
PEPSICO Brasil

RESUMO

A criação de espaços colaborativos de comercialização de produtos produzidos pela Agricultura Familiar de base agroecológica possibilita o fortalecimento do mercado, dado a maior preocupação da população em geral no consumo de alimentos mais saudáveis. Nessa perspectiva, contribuindo com a dinâmica dos Canais Curtos de Comercialização (CCC), aproximando uma rede de produtores locais de produtos oriundos da caatinga na Região do Vale do São Francisco à sua rede de consumidores é criado o **Armazém da Caatinga “Produtos da Agricultura Familiar Brasileira”**. **Objetivo:** Apresentar como se deu a implantação e tem se dado e tem se dado a gestão do **Armazém da Caatinga “Produtos da Agricultura Familiar Brasileira”** na comercialização de produtos de base agroecológica no município de Juazeiro-Bahia. **Método:** É um estudo de caráter exploratório e descritivo, com abordagem qualitativa. **Resultados:** Criado em 2022, o **Armazém da Caatinga “Produtos da Agricultura Familiar Brasileira”**, dispõem de uma variedade de produtos agroecológicos orgânicos e naturais regionais e um restaurante denominado **“Restaurante Caatingueiros”**, com pratos regionais, naturais e orgânicos. Fortalecendo o mercado de produtos com base agroecológica, é gerido por meio da parceria com a Central de Comercialização das Cooperativas da Caatinga (Central da Caatinga), apoiada pela Companhia de Desenvolvimento e Ação Regional (CAR), empresa pública vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Rural (SDR). **Conclusão:** A implantação de mercados compartilhados contribui para o desenvolvimento sustentável territorial local, assim como para a articulação de políticas públicas para os empreendimentos da Agricultura Familiar e da Economia Solidária fortalecendo a competitividade, gerando renda e desenvolvimento socioeconômico local.

Palavras-chave: Emprego, Estímulo, Negócio, Política-Pública, Renda.

■ INTRODUÇÃO

Segundo a Organização das Nações Unidas para Food (FAO) e o Fundo Internacional para o Desenvolvimento Agrícola (FIDA), o conceito de Agricultura Familiar, refere-se a todos os tipos de modelos de produção de base familiar na agricultura, silvicultura, pesca, pastoreio e aquicultura, e inclui camponeses, indígenas, comunidades tradicionais, pescadores, agricultores da serra, silvicultores e pastores. Nesse sentido, a Agricultura Familiar inclui a produção de todos os alimentos: sejam de origem vegetal, carnes - inclusive peixes -, outros produtos de origem animal - como ovos ou laticínios - e alimentos produzidos em terras agrícolas, florestas, montanhas ou em pisciculturas, que são geridos e explorados por uma família, e que dependem basicamente do trabalho familiar (FAO; IFDA, 2019).

Segundo dados do Censo Agropecuário 2017-2018 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017), 76,8% dentre 5.073 milhões de estabelecimentos rurais do país são caracterizados como do tipo Agricultura Familiar, sendo esses responsáveis por cerca de 70% dos alimentos produzidos no país (KAFRUNI; MEDEIROS, 2020).

No entanto, apesar de desde 1990 existirem programas para auxiliar a agricultura familiar, como a criação dos mercados institucionais, especificamente o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), estudos relatam as dificuldades evidenciadas por essa atividade, sobretudo, no que compete à comercialização da produção, que em muitos casos é realizada por intermediários retirando do produtor sua capacidade de comercialização e, logística, dada a dimensão continental do país que por vezes dificulta o escoamento de alguns produtores, estradas em estado regular à péssimo em algumas regiões e até mesmo falta de transporte, assim como, dificuldades de aspectos legais e dos clientes de modo a se compreender o mercado (MARTINS, SOARES, FERREIRA, 2012; DE SOUZA AMARAL *et al.*, 2020; COELHO *et al.*, 2021; DE LIMA *et al.*, 2022).

Uma alternativa à mitigação das dificuldades de comercialização e logística pela Agricultura Familiar é a comercialização via Canais Curtos de Comercialização (CCC) e coordenação em rede e parcerias entre poder público, entidades não governamentais, empresas, organizações de agricultores e consumidores, principalmente, de acordo com Guzmán *et al.*, (2012), para as famílias agricultoras de base ecológica e famílias consumidoras dos referidos produtos, de modo a aproximar o produtor de seus consumidores, fortalecendo os mercados locais, gerando renda e, em consequência disso, desenvolvimento socioeconômico local.

Segundo Caporal e Costabber (2004), a agroecologia é um enfoque científico destinado a apoiar a transição dos atuais modelos de desenvolvimento rural e de agricultura convencionais para estilos de desenvolvimento rural e de agriculturas sustentáveis.

É importante destacar que a prática de uma agricultura agroecológica no Brasil incorpora, além de práticas agrícolas mais sustentáveis, estratégias de fortalecimento da agricultura

familiar. Estas podem ser destacadas como **(a)**: agregação de valor à produção primária, com a criação de agroindústrias de pequeno porte; **(b)**: o desenvolvimento de espaços de organização democráticos e participativos, que permitam a troca de experiências e informações, a busca de soluções conjuntas para problemas comuns e que gerem capacidade de interlocução com o poder público e com outros atores sociais e **(c)**: a busca de canais de comercialização que minimizem os elos de intermediação que separam agricultor e consumidor, que favoreçam a aproximação e o intercâmbio entre o rural e o urbano e que melhorem os ingressos dos agricultores e estimulem a produção com bases ecológicas. Ou seja, aos esforços de redesenho dos sistemas produtivos em direção a bases mais ecológicas, devem ser agregadas ao redesenho das redes socioeconômicas para darem o suporte à mudança de enfoque tecno-ambiental. Assim, se torna imprescindível que os agricultores familiares busquem criar mecanismos que, por um lado, propiciem maior segurança a esta opção de agricultura e, por outro, contribuam com a construção de uma sociedade mais justa e equilibrada (MEIRELLES, 2007; ALTIERI, 2012).

Portanto, precisamos compreender e valorizar em nosso dia a dia, o consumo de produtos que tenham cada vez mais essa “pegada ecológica”, contribuindo dessa maneira para a conservação dos nossos recursos naturais em harmonia com a natureza e o planeta no qual habitamos.

Dentro desta conjuntura, percebe-se que no Brasil, bem como aqui na região do Vale do São Francisco, temos cada dia mais a consciência que a criação de espaços colaborativos de comercialização de produtos produzidos pela Agricultura Familiar vem ganhando espaço e mercado, tendo em vista a preocupação da população em geral no consumo de alimentos mais saudáveis, ao segundo Altieri (2012), prevenir doenças, como câncer, e contribuir com a minimização de problemas ambientais, colaborando com as metas da Agenda 2030 via realização do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável Dois (ODS 2), que trata de Agricultura Sustentável (UNITED NATIONS, 2015).

Nesse contexto, o objetivo desse estudo consiste em relatar como se deu a implantação e tem se dado a gestão do Armazém da Caatinga, localizado na região central do município de Juazeiro - BA. A proposta do **Armazém da Caatinga**, é a comercialização de produtos vindos da Agricultura Familiar, numa perspectiva voltada para a Agroecologia que vem contribuindo dentro de uma escala mundial para a criação de um mundo livre de pobreza, onde os recursos naturais sejam geridos de forma sustentável.

■ METODOLOGIA

O estudo foi desenvolvido no **Armazém da Caatinga**, situado na região central do município de Juazeiro - BA. Juazeiro está localizado no interior do Estado de Bahia, no Território

De acordo com Bauer e Gaskell (2004, p. 68), “a finalidade real da pesquisa qualitativa não é contar opiniões ou pessoas, mas ao contrário, explorar o espectro de opiniões, as diferentes representações sobre o assunto em questão”, ou seja, é compreender os diferentes posicionamentos existentes no meio social.

O estudo exploratório para Gil (2010), busca proporcionar maior familiaridade com o problema em estudo, visando torná-lo mais explícito, e, por conseguinte, o estudo descritivo explicita particularidades de um dado grupo, captando aspectos descritivos (VERGARA, 2009). Quanto à natureza, este estudo traz uma abordagem qualitativa, onde se buscou compreender os fenômenos sociais com o menor afastamento possível do ambiente estudado, procurando compreender e explicar a dinâmica das relações sociais (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

■ RESULTADOS E DISCUSSÕES

Criado em abril de 2022, o **Armazém da Caatinga “Produtos da Agricultura Familiar Brasileira”**, está localizado no Espaço Vila Bossa Nova, Orla II, às margens do Velho Chico, em Juazeiro. O espaço tem como objetivo, comercializar produtos orgânicos e agroecológicos produzidos por cooperativas, grupos e associações rurais do Território do Sertão do São Francisco e de outras regiões da Bahia e do Brasil. O armazém é considerado a maior referência em conceito de sociobiodiversidade brasileira.

Figura 2. O Armazém da Caatinga “Produtos da Agricultura Familiar Brasileira”.



Fonte: William França / @imburanatec (2022).

O **Armazém da Caatinga** dispõe de um supermercado com exposição de mais de 4 mil itens da Agricultura Familiar, como doces, geleias, polpas, sucos, frutas in natura, compotas, cervejas artesanais, cachaças, picolés e sorvetes, filé de peixes e embutidos, carne de caprinos e ovinos e leite de cabra, ovos de galinha caipira, biscoitos de goma, sequilhos,

mel, licuri e artesanatos. Um restaurante denominado “**Restaurante Caatingueiros**”, com uma enorme variedade de opções, entre produtos, bebidas e pratos regionais, naturais e orgânicos, e também, um espaço para feira agroecológica e orgânica.

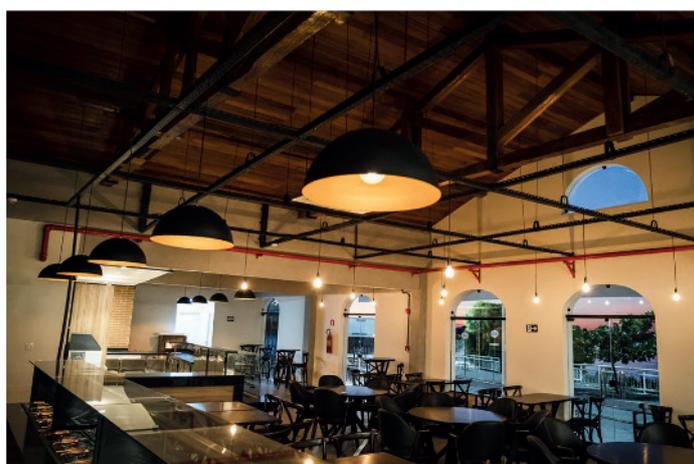
Figura 3. Visão interna do Armazém da Caatinga.



Fonte: Reprodução / SDR Bahia (2022).

A gestão do **Armazém da Caatinga** é realizada por meio da parceria com a Central de Comercialização das Cooperativas da Caatinga (Central da Caatinga), uma rede de comercialização com atuação em 05 territórios de identidade e que representa 14 cooperativas, 27 associações comunitárias e que comercializa produtos de cerca de 20 empreendimentos da Agricultura Familiar, apoiada pela Companhia de Desenvolvimento e Ação Regional (CAR), empresa pública vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Rural (SDR). São estimados uma movimentação de mais de R\$ 1,5 milhão por ano, com a comercialização dos produtos pelo **Armazém da Caatinga**.

Figura 4. Visão interna do Restaurante Caatingueiros.



Fonte: William França / @imburanatec (2022).

Foram investidos recursos na ordem de R\$ 3,4 milhões para a reforma, adequação e estruturação do **Armazém da Caatinga**, pelo Governo do Estado da Bahia, por meio do Projeto Pró-Semiárido, executado pela CAR, com cofinanciamento do Fundo Internacional de Desenvolvimento Agrícola (FIDA). A implantação do **Armazém da Caatinga** é uma ação do Governo da Bahia para o desenvolvimento sustentável territorial e articulação de políticas públicas para os empreendimentos da Agricultura Familiar e da Economia Solidária.

■ CONCLUSÕES

Neste artigo, objetivou-se, com o presente estudo, apresentar o processo de implantação e como se dá a gestão do Armazém da Caatinga na comercialização de produtos da agricultura familiar de base agroecológica.

Gerido em rede pela Central de Comercialização das Cooperativas da Caatinga (Central da Caatinga, apoiada pela Companhia de Desenvolvimento e Ação Regional (CAR), empresa pública vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Rural (SDR), o Armazém da Caatinga do município de Juazeiro - BA, comercializa produtos orgânicos e agroecológicos produzidos por cooperativas, grupos e associações rurais do Território do Sertão do São Francisco e de outras regiões da Bahia e do Brasil.

Considerado a maior referência em conceito de sociobiodiversidade brasileira, tem contribuído para o desenvolvimento sustentável territorial e articulação de políticas públicas para os empreendimentos da Agricultura Familiar e da Economia Solidária, possibilitando o fortalecimento do mercado local, favorecendo o escoamento da produção ao aproximar a rede famílias que produzem produtos com base agroecológico à sua rede de consumidores, gerando emprego e renda na região.

■ REFERÊNCIAS

1. ALTIERI, M. **Agroecologia: Bases Científicas Para Uma Agricultura Sustentável**. 3. Ed. rev. ampl. São Paulo, Rio de Janeiro: Expressão Popular, AS-PTA, 2012, 400 p.
2. AMATUZZI, M. M. **Por uma Psicologia Humana**. São Paulo: Alínea, 2008.
3. BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: Um Manual Prático**. Petrópoles: Vozes, 2004.
4. CAPORAL, F. R; COSTABBER, J. A. **Agroecologia: Alguns Conceitos e Princípios**. 24 p. Brasília: MDA/SAF/DATER-IICA, 2004.
5. COELHO, Tharcisio Campos et al. **Estratégias e Dificuldades Encontradas na Comercialização de Hortifrutícolas em São Luís - MA. Research, Society and Development**, v. 10, n. 5, p. e1310514632-e1310514632, 2021.

6. DE LIMA, Valterney Ferreira et al. **O Armazém da Agricultura Familiar e Economia Solidária de Serrinha: Importância e Contribuições para a Comercialização no Território do Sisal: The Warehouse of Family Farming and the Solidarity Economy in Serrinha: Importance and Contributions to Commercialization in the Territory of Sisal.** Cadernos Macambira, v. 7, n. especial, p. 56-75, 2022.
7. DE SOUZA AMARAL, Letícia et al. **O Papel das Cadeias Curtas de Comercialização na Construção de Um Modelo de Desenvolvimento Rural Sustentável no Semiárido Nordeste: O Caso da Central de Comercialização da Agricultura Familiar do Rio Grande do Norte (CECAFES).** Desenvolvimento e Meio Ambiente, v. 55, 2020.
8. FAO y IFAD. **Decenio de las Naciones Unidas para la agricultura familiar 2019-2028. Plan de Acción Mundial.** Roma. 2019. Disponível em: <www.fao.org/3/ca4672es/ca4672es.pdf>. Acesso em 07 de junho de 2022.
9. GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa.** Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil - UAB/UFRGS e SEAD/UFRGS. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
10. GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184p.
11. GUZMÁN, E. Sevilla et al. **Canales Cortos de Comercialización Alimentaria en Andalucía.** Instituto de Sociología y Estudios Campesinos. Universidad de Córdoba. Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces: Sevilla, IFO, v. 14, 2012.
12. HOLANDA, A. F. **Fenomenologia e Humanismo: Reflexões Necessárias.** Juruá Editora: Curitiba, 2014.
13. IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Agropecuário 2017. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.
14. KAFRUNI, S.; MEDEIROS, I. **Agricultura Familiar Garante 70% da Mesa do Brasileiro, Mas Está Longe do Agro 4.0. 2020.** Correio Braziliense. Disponível em: <www.correiobraziliense.com.br/economia/2020/09/4878333-desigualdades-no-campo.html>. Acesso em 23 de junho de 2022.
15. MARTINS, Silvia; SOARES, José Vicente; FERREIRA, Daniel. **Na Trilha da Gestão Social da República A Experiência do Armazém da Agricultura Familiar e da Economia Solidária no Território do Sisal/Bahia.** Rev. Mundo do trabalho contemporâneo, São Paulo, v.1., p.112-125. 2012.
16. MEIRELLES, L. B. **Agricultura Ecológica e Agricultura Familiar.** 2007. Disponível em: <www.centroecologico.org.br/artigo_download.php?id_artigo=10&tipo=pdf>. Acesso em 07 de junho de 2022.
17. MINNITI, M. **The Role of Government Policy on Entrepreneurial Activity: Productive, Unproductive, or Destructive?** Entrepreneurship Theory and Practice. v. 32, n. 5, p. 779-790, set. 2008. doi: 10.1111/j.1540-6520.20.
18. Portal IBGE. Panorama Juazeiro - Bahia. Disponível em: <www.cidades.ibge.gov.br/brasil/ba/juazeiro/panorama>. Acesso em 31 de maio de 2022.

19. RIBEIRO-SORIANO, D.; GALINDO-MARTÍN, M.-Á. **Government Policies to Support Entrepreneurship**. *Entrepreneurship & Regional Development*, v. 24, n. 9 - 10, p. 861 -864, dez. 2012. doi: 10.1080/08985626.2012.742322.
20. VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2009.
21. UNITED NATIONS. **Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development**. Sustainable Development Goals, New York, 25 set. 2015. Disponível em: <www.sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>. Acesso em 10 junho de 2022.