

## AGROECOLOGIA E DESENVOLVIMENTO: UM OLHAR SOB OS TERRITÓRIOS

ISABEL SARKIS ONOFRE<sup>1</sup>; GABRIELITO MENEZES<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [isabelonofre@gmail.com](mailto:isabelonofre@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas - [gabrielitorm@gmail.com](mailto:gabrielitorm@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

A globalização tem sido reconhecida como um processo multidimensional cuja dinâmica é determinada pela desigualdade entre seus inúmeros participantes (LEVA, 2004). Nesse contexto, acredita-se que a competência não se estabelece entre as economias nacionais, mas sim regionais (SOTO, 2006), e que o fortalecimento territorial é um requisito fundamental para enfrentar esse cenário de mudança e prevenir as desvantagens de todo o processo.

Impulsionar o desenvolvimento genuíno e a competitividade no mundo moderno global implica em diferenciação territorial e identidades positivas (COTURREULLO, 2001), ou seja, estilo local próprio e envolvimento dos atores comunitários com suas organizações e produtos. Dessa forma, o objetivo deste estudo, é apresentar brevemente o cenário atual da agroecologia no Brasil, mostrando como os atores envolvidos vêm se adaptando a esse mercado, ao ponto de se analisar a produção de alimentos orgânicos enquanto estratégia para o desenvolvimento das regiões. Para atender esse objetivo, este trabalho foi estruturado em três seções, contanto no primeiro momento com a introdução. Logo em seguida, apresenta-se a revisão de literatura sobre desenvolvimento territorial e a agroecologia. Finalizando, na seção 3 com as considerações finais.

### 2. DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E A AGROECOLÓGIA

Desenvolver estratégias de desenvolvimento territorial pressupõe a criação de condições, de ordem natural e social, capazes de atender aos interesses das pessoas que vivem em um determinado território. Dessa forma, o desenvolvimento territorial deve ser visto em uma perspectiva que gera autonomia aos sujeitos, pressupondo o ajuste de técnicas e tecnologias aos diferentes contextos históricos e geográficos (SAQUET; SPOSITO, 2008). Trata-se, nestes termos, de um desenvolvimento territorial agroecológico ancorado nos elementos presentes em uma área que, ao serem orientados para um determinado fim, possibilitam o aumento da autonomia relativa dos camponeses e a formação ou consolidação dos seus territórios.

Citando Dematteis (2008) pode-se falar em territorialidade ativa, ou seja, aquela que deriva das ações coletivas territorializadas e territorializantes dos sujeitos locais e objetiva a construção de estratégias de inclusão. Baseado nisso, pode-se citar um novo cenário em evidência tratando-se de agroecologia.

Esse novo cenário, segundo David e Guivant (2020), tornou-se cada vez mais comum de ser encontrado, sendo visto como um fenômeno global, onde se tem novos modelos de fornecimento e distribuição de alimentos orgânicos. Essas mudanças têm incorrido em um rápido movimento de institucionalização da agroecologia, desde a conjunção entre a crescente inserção nos mercados, até a

formatação de um quadro específico de normas e regras de produção. Logo novos desafios e oportunidades apresentam-se para o conjunto de atores implicados nos processos de transição agroecológica (NIERDELE *et al.*, 2013).

Na prática, a produção e o consumo de produtos orgânicos no Brasil estão crescendo. Entre 2010 e 2018, houve um crescimento médio de 17% no número de produtores orgânicos e as unidades de produção orgânica certificadas cresceram de 5 mil para 22 mil, segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (2020). Em pesquisa realizada pela ORGANIS em 2019, constatou-se que 19% da população urbana haviam consumido algum alimento ou bebida orgânica no último mês, número este que em 2017 era 15% (ORGANIS, 2017, 2019). Acompanhando este cenário, surgem novas opções de fornecimento e distribuição de alimentos orgânicos que passam a fazer uso da internet e de tecnologias digitais como ferramenta-fenômeno de expansão e profissionalização desse setor nos últimos anos (DAVIG; GUIVANT, 2020).

Esse crescimento tem sido acompanhado por uma intensa reestruturação institucional dos diferentes mercados nos quais circulam esses produtos (SCHULTZ, 2007; BLAN *et al.*, 2012). O mundo rural contemporâneo tem revelado uma pluralidade cada vez maior de formas sociais, de forma que o sistema agroalimentar tem presenciado um importante movimento de crescimento e diversificação dos circuitos de produção e consumo (NIEDERE *et al.*, 2013). Surge uma nova trajetória de desenvolvimento menos dependente da produção de commodities agrícolas controlada por verdadeiros impérios financeiro-industriais que tiveram sua origem associada às antigas políticas de modernização, (DELGADO, 1985; FRIEDMAN, 2004), dando espaço à agricultura familiar, que recupera a capacidade produtiva e catalisa a criação de novas de atividades, dentro ou fora das unidades de produção (ELLIS, 2000).

Tratando-se de mercado, o mercado de orgânicos possui predomínio da agricultura familiar e esse fato é decorrência de uma série de fatores histórico-culturais (ALTIEIRI; TOLEDO, 2011), mas também está associado ao fato de, até recentemente, as empresas e os produtores patronais não vislumbrarem na produção orgânica uma alternativa atraente para direcionar seus investimentos, seja pela inexpressividade da demanda, seja pela carência de tecnologias adaptadas aos sistemas de produção da agricultura orgânica, ou, ainda, e talvez de modo mais acentuado, em virtude da ausência de um quadro institucional que garantisse estabilidade à dinâmica do mercado, criando as condições para seu desenvolvimento. Porém, essa situação vem se alterado rapidamente e, embora se desconheçam dados definitivos para uma análise agregada dessas mudanças, é notória a incursão desses novos atores no mercado (NIERDELE *et al.*, 2013).

Atualmente o que caracteriza o mercado de orgânicos é um processo de diversificação e segmentação de canais de comercialização, cada qual impondo um conjunto mais ou menos específico de exigências aos produtores: escala de produção, diversificação dos produtos, regularidade de entrega, padrões de qualidade etc. A implementação desses circuitos envolve uma complexa engenharia social de modo que, como a sociologia econômica contemporânea tem se esforçado em revelar, o funcionamento desses mercados é claramente o resultado das “mãos visíveis” de atores sociais que articulam redes e dispositivos institucionais para possibilitar a efetividade das transações econômicas (GRANOVETTER, 2005). Esses dispositivos impactam diretamente as práticas, os processos e as formas de organização, redefinindo, desse modo, as próprias estratégias de desenvolvimento local e territorial.

Os últimos estudos realmente mostram o surgimento de novos canais para a compra de alimentos orgânicos, como a aquisição de produtos via plataformas na internet, clubes de consumidores e assinatura de cestas de alimentos, apontada para nichos que coexistem – ora entrecruzando, ora operando em paralelo – com a infraestrutura do varejo convencional (DAVID; GUIVANT, 2020).

O cenário do país, segundo David e Guivant (2020), passou a ser de coexistência de diferentes formas de acesso a esses produtos: supermercados, feiras de produtores, parcerias entre grupos de consumidores e pequenos produtores, lojas e redes de franquia (Mundo Verde, Armazém do Campo), aplicativos e plataformas *on-line* para aquisição, troca de alimentos e busca de feiras eventos de gastronomia e exposição de marcas e produtos, restaurantes, hortas comunitárias, projetos de merenda escolar em escolas públicas, turismo rural na forma de acolhida em propriedades rurais, e clubes de assinatura de cestas (organizados por consumidores, cooperativas e/ou empresas).

Importante ressaltar que em 2020, com a crise mundial do Corona vírus instaurado, de acordo com notícia vinculada no site BBC, as feiras livres tiveram regras de funcionamento mais restritas ou foram canceladas. Dessa forma as pessoas começaram a realizar com antecedência a encomenda de seus produtos orgânicos, de modo que os produtores deixam separados e as pessoas passavam para buscar, ou então passaram a receber suas cestas de produtos em casa. Contrariando o cenário de crise, muitos produtores estão vendo suas vendas aumentarem (BBC, 2020) e uma nova possibilidade de negócio surgir (SUL 21, 2020).

### 3. CONCLUSÕES

Este trabalho não se deteve em analisar se os produtos orgânicos fazem bem ou não a saúde de seus consumidores, ou se a agroecologia deve ser substituída pela agricultura convencional. O objetivo deste estudo foi apresentar um cenário de adaptação as mudanças do mercado que aos poucos vem gerando desenvolvimento as suas regiões. Importante salientar que a agroecologia supera um modelo produtivista com vistas apenas ao mercado, ela envolve questões mais amplas, como sociais, ambientais e culturais, o que deve ser levado também em consideração em estudos mais profundos.

Dessa forma a agroecologia vem possibilitando aos agricultores, principalmente familiares, que promovam seus projetos com maior autonomia, mais organizados, onde todos somam esforços na construção do desenvolvimento territorial, mesmo considerando os limites que assumem enquanto sistema de produção.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTIEIRI, M.; TOLEDO, V.M. The agroecological revolution in Latin America: rescuing nature, ensuring food sovereignty and empowering peasants. **Journal of Peasant Studies**, v. 38, n. 3, 2011.

BBC. **Com delivery, pequenos agricultores orgânicos driblam crise e veem até aumento de vendas na pandemia.** Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-53357892>. Acesso em: 29 ago. 2020.

COTUREULLO, R. Aspectos estratégicos del desarrollo local. In: **Vázquez B., A. e O. Madoery** (eds.). Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local. Homo Sapiens, Rosario, Argentina, 2001.

DAVID, M. L.; GUIVANT, J. S. Além dos supermercados: novas estratégias no mundo dos alimentos orgânicos no Brasil. **Política & Sociedade**, v. 19, n. 44, p. 87–116, 30 abr. 2020.

DELGADO, G.C. **Capital financeiro e agricultura no Brasil**. Campinas: UNICAMP, 1985.

DEMATTEIS, G. Sistema Local territorial (SLOT): um instrumento para representar, ler e transformar o território. In: ALVES, A. F.; CORRIJO, B. R.; CANDIOTTO, L. Z. P. (Orgs.). **Desenvolvimento territorial e agroecologia**. São Paulo: Expressão Popular, 2008.

ELLIS, F. **Rural livelihoods and diversity in developing countries**. Oxford, UK: Oxford University Press, 2000.

GRANOVETTER, M. The impact of social structure on economic outcomes. **Journal of Economic Perspectives**, v.19, n.1, p. 33-50, 2005.

LEVA, G. Globalización, competitividad internacional y ciudad. In: *Fernández, G. e G. Leva* (eds.). **Lecturas de economía, gestión y ciudad**. Editorial Universidad Nacional de Quilmas, Buenos Aires, 2004.

NIEDERLE, P.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Cairós, 2013.

ORGANIS. **Panorama do consumo de orgânicos no Brasil 2017**. 2017. Disponível em <https://organis.org.br/pesquisa-consumo-de-produtos-organicos-no-brasil-2017/>. Acesso em: 18 ago. 2020.

ORGANIS. **Panorama do consumo de orgânicos no Brasil 2019**. 2019. 68 slides. Disponível em: <https://organis.org.br/pesquisa-consumidor-organico-2019/>. Acesso em: 18 ago. 2020.

SAQUET, M. A.; SPOSITO, E; S. Território, territorialidade e desenvolvimento: diferentes perspectivas no nível internacional e no Brasil. In: ALVES, A. F.; CARRIJO, B. R.; CANDIOTTO, L. Z. P. (Orgs.). **Desenvolvimento territorial e agroecologia**. São Paulo: Expressão Popular, 2008.

SCHULTZ, G. **Relações com o mercado e (re)construção das identidades socioprofissionais na agricultura orgânica**. Tese (Doutorado em Agronegócios). Porto Alegre: UFRGS, 2007.

SOTO, D. **La identidad cultural y el desarrollo territorial rural, una aproximación from Colombia**. 2006.