

COMERCIALIZAÇÃO COLETIVA DE ALIMENTOS ORGÂNICOS: ESTRATÉGIAS E APRENDIZADOS DA REDE DE AGROECOLOGIA PLANTAR PARA A VIDA

COLLECTIVE ORGANIZATION TO COMMERCIALIZATION OF ORGANIC FOOD: STRATEGIES AND LESSONS BY PLANT-FOR-LIFE AGROECOLOGY NETWORK

SILVA, Raphaella Nascimento da¹; MANOS, Maria Geovania Lima²; GONÇALVES, Luciana Oliveira³; MENDES, Wenderson Tavares⁴

¹Sistema Participativo de Garantia da Qualidade Orgânica Rede de Agroecologia Plantar para a Vida (SPG RAPV), membro agricultura e coordenadora de Núcleo; Instituto Federal de Sergipe, graduanda em Agroecologia - raphaellasolis@gmail.com; ²Embrapa Tabuleiros Costeiros, Analista, Doutora em Ciências Sociais - geovania.manos@embrapa.br; ³Sebrae-SE, Analista Técnica, Mestre em Biotecnologia de Recursos Naturais - luciana.oliveira@se.sebrae.com.br; ⁴SPG RAPV, membro agricultor até 2022 - wenderson@lordpixel.com.br

Grupo de Trabalho (GT): GT6. Cooperativismo, associativismo e outras formas de ação coletiva

Resumo

A Rede de Agroecologia Plantar para a Vida (RAPV) é um coletivo de agricultores familiares sergipanos organizado como um Sistema Participativo de Garantia da Qualidade Orgânica (SPG), sendo o primeiro e, até o momento, único credenciado pelo Ministério da Agricultura e Pecuária a atuar como Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade Orgânica (OPAC) no estado. No período de abril de 2020 a novembro de 2022, como resposta à crise agravada pela Pandemia de Covid-19, a RAPV colocou em prática um Sistema Coletivo de Comercialização (SCC) que vinha sendo desenvolvido por seus membros, inspirado nos princípios do Comércio Justo, bem como nas dinâmicas dos circuitos curtos de comercialização de alimentos da agricultura familiar. O presente trabalho sistematiza elementos dessa experiência de ação autogestionada e horizontal que teve como foco a valorização do trabalho do agricultor, a aproximação entre agricultores e consumidores e a geração autônoma de renda por meio da organização coletiva para redução de custos e perdas na comercialização individual. O artigo está dividido em quatro seções, além de introdução e considerações finais, que trazem o histórico de constituição do SPG, seus princípios e composição, e a descrição do processo de construção do SCC, as formas de gestão coletiva e os recursos financeiros gerados pelas e para as famílias agricultoras. Além disso, busca proporcionar uma leitura objetiva dos desafios e aprendizados na implementação desse tipo de inovação social que aplica princípios agroecológicos à construção de soluções que buscam a autonomia de renda via comercialização de excedentes. Destaca ainda a importância desse tipo de ação para dar materialidade às Políticas Públicas que incluem os SPGs como estratégia de fortalecimento da agricultura familiar. A experiência da RAPV pode inspirar, inclusive, o desenvolvimento de Programas de apoio à comercialização de alimentos, a partir da experiência vivida e contada pelos próprios agricultores.

Palavras-chave: Ação coletiva. Inovação social. Circuitos curtos de comercialização. Mercados para Agricultura Familiar. Agricultura Orgânica.

Abstract

The Plant-for-Life Agroecology Network (RAPV) is a collective of family farmers from Sergipe organized as a Participatory System for Organic Quality Assurance (SPG) - the first and, so far, only accredited by the Ministry of Agriculture to act as Participatory Organization for Organic Conformity Assessment (OPAC) in this state. From April 2020 to November 2022, as a response to the crisis aggravated by the Covid-19 Pandemic, RAPV put into practice a Collective Marketing System (SCC) that was being developed by its members, inspired by the principles of Fair Trade, as well as the dynamics of short food marketing circuits. The present work systematizes elements of this experience of self-managed and horizontal action focused on valuing the work of the farmer,



bringing farmers and consumers closer together and autonomous income generation through collective organization to reduce costs and losses in individual marketing. The article is divided into four sections, in addition to the introduction and final considerations, which bring the history of the constitution of the SPG, its principles and composition, and the description of the construction process of the SCC, the forms of collective management and the financial resources generated by and for the agricultural families. In addition, it seeks to provide an objective view of the challenges and lessons learned during the implementation of this type of social innovation that applies agroecological principles to build actions that seek income autonomy through the sale of surpluses. It also highlights the importance of this type of action to give materiality to Public Policies that include SPGs as a strategy to strengthen family farming. The experience of RAPV can even inspire the development of programs to support the commercialization of surpluses, based on the experience lived and told by the farmers themselves.

Key words: Collective action. Social innovation. Short marketing circuits. Markets for Family Farming. Organic agriculture.

1. Introdução

A Rede de Agroecologia Plantar para a Vida é um Sistema Participativo de Garantia da Qualidade Orgânica (SPG) que foi se consolidando a partir de 2017, inicialmente no município de Indiaroba/SE, a partir da articulação de agricultores e agricultoras, em sua maioria assentados da reforma agrária e adotantes de práticas convencionais de cultivo. Provocados por um projeto coordenado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Sergipe (Sebrae-SE), em parceria com a Prefeitura Municipal de Indiaroba esses agricultores formaram um grupo de interesse e passaram a acessar conhecimentos sobre objetivos, constituição (estrutura) e dinâmicas de funcionamento dos SPGs, bem como a expressar seu interesse em conhecer práticas agroecológicas de cultivo, de trocas de experiências e de organização em rede (MANOS et al, 2019; GONÇALVES et al, 2020).

O referido projeto nasce com a motivação de contribuir como uma possibilidade de resposta para uma questão recorrente entre os coletivos de agricultores e que cada vez mais tem desafiado instituições de apoio à Agricultura Familiar e Camponesa em Sergipe: como possibilitar mercados socioeconomicamente viáveis para comercialização dos excedentes dos pequenos agricultores familiares?. Ao mesmo tempo, trazia em sua raiz a noção de que a constituição de mercados precisa estar alinhada ao fortalecimento de sistemas de produção que atendam a requisitos de sustentabilidade socioambiental e promovam o acesso a alimentos saudáveis para a população urbana.

A partir de experiências identificadas no Sul do país, a exemplo da Rede Ecovida, o SPG foi proposto como estratégia de fortalecimento e organização social; já a transição para uma agricultura orgânica e certificada, foi pensada como uma forma de agregação de valor e reconhecimento aos alimentos cultivados pela agricultura familiar em Sergipe.

Ainda em sua fase de mapeamento de potenciais participantes, o projeto teve também o apoio da Cooperativa de Produção, Comercialização e Prestação de Serviços dos Agricultores Familiares de Indiaroba e Região - COOPERA FIR. Durante sua execução, contou com a contribuição de técnicos contratados que traziam em suas experiências vividas tanto as práticas da agricultura familiar e da Agroecologia, como a atuação no SPG Rede Ecovida.

A partir das ações de sensibilização, intercâmbios de conhecimento e visitas técnicas, outros agricultores somaram-se ao projeto, especialmente no território Sul Sergipano e demonstraram interesse em criar um SPG, iniciando reuniões autogestionadas para compreensão dos princípios desse Sistema. A partir disso, formaram três grupos de agricultores, com foco na constituição de uma base sólida e coesa de entendimentos que pudesse ser a referência para os futuros membros, lastreada nos princípios construídos coletivamente:



confiança; transparência; participação; descentralização; organização de base; formação de redes; olhar externo; adequação à pequena produção familiar; processo pedagógico; gênero e geração (GONÇALVES et al, 2020).

Ao longo desse processo de consolidação do SPG Rede de Agroecologia Plantar para a Vida (RAPV), outras instituições aproximaram-se, conhecendo seu funcionamento e por vezes contribuindo com ações de organização coletiva e de fortalecimento para a transição agroecológica buscada pelos membros da Rede: Universidade Federal de Sergipe (UFS), Instituto Federal de Sergipe (IFS), Embrapa Tabuleiros Costeiros, Empresa estadual de assistência técnica e extensão rural (Emdagro).

Apesar do grande número de interações mais ou menos duradouras, observa-se que é a participação efetiva - com compreensão dos princípios, da estrutura e da dinâmica, por meio contribuições concretas e envolvimento - de membros agricultores, membros colaboradores e apoiadores (inclusive instituições) que vai determinando o funcionamento da RAPV. Assim, a Rede se mantém flexível e dinâmica e, ao mesmo tempo, fortemente estruturada, autogestionada e econômica e politicamente autônoma.

Essa mesma participação efetiva - essência do Sistema - é o que constitui o lastro social e técnico para que haja garantia e reconhecimento de que os alimentos cultivados pelos agricultores certificados pelo Sistema Participativo de Garantia da Rede Plantar cumprem os requisitos da produção orgânica e os princípios agroecológicos estabelecidos pelos próprios membros do SPG em seu Regimento e demais documentos orientadores.

Com isso, a RAPV passou pelo processo de Auditoria de Credenciamento em Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade Orgânica executado pelo então Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)¹ em outubro de 2019 e, em novembro, recebeu autorização para atuar como Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade Orgânica (OPAC) e, portanto, a emitir o Selo SisOrg para as unidades produtivas de seus membros agricultores que passassem pelo processo de certificação.

Dada a dinâmica de aprendizados e engajamento dos participantes, desde 2019 o SPG RAPV estabeleceu-se no formato que persiste até o momento, composta por quatro grupos: **Manancial**, atualmente formado por seis famílias agricultoras e um membro-colaborador, nos municípios sergipanos de Indiaroba e Umbaúba; **Agroflorestando-SE**, com três famílias agricultoras e dois membros-colaboradores (São Cristóvão, Itaporanga e Estância); **Vida Saudável**, com três famílias (Estância); e **Renovando a Terra**, com oito famílias (Salgado). A Rede está presente, portanto, nos territórios Sul Sergipano e Grande Aracaju e conta com 20 famílias agricultoras que formam seu único Núcleo, o **Organização para a Vida**.

Como nos demais OPACs, o Controle Social e Responsabilidade Solidária para garantia da qualidade orgânica ocorrem em quatro níveis e com possibilidade de participação direta de consumidores. Além do convívio, trocas de experiências, mutirões nas áreas de produção e atividades abertas para não membros, são praticados os mecanismos de Controle Social: Visitas de Pares (entre os membros do mesmo grupo) às áreas de produção e Reuniões de Grupo com registro em ata, que ocorrem com frequência praticamente mensal; Visitas de Olhar Externo (ou de verificação da Conformidade Orgânica), conduzidas pelos representantes da Comissão de Ética do OPAC para fins de emissão do certificado/selo de produção orgânica às famílias indicadas pelo seu respectivo Grupo - realizadas em ciclos anuais; Auditoria anual realizada pelo MAP, com foco nos registros e no funcionamento do SPG e de seus mecanismos de Controle Social que garantem a qualidade orgânica; e a possibilidade de fiscalização aleatória,

¹ Para submeter-se ao processo de Credenciamento, o SPG precisa organizar-se como Pessoa Jurídica, com Estatuto e CNPJ, nos quais está prevista sua atuação como OPAC.

inclusive com coleta de alimentos em campo e envio para teste de contaminação em laboratório credenciado ao MAP².

A Responsabilidade Solidária está presente em todas as etapas do processo de garantia, pois se uma família ou um grupo gerar inconformidades não tratadas adequadamente por seus próprios membros ou pela Comissão de Ética da Rede, todos as famílias e/ou grupos podem ser prejudicados desde por notificações, multas, suspensão ou cancelamento de certificados ou mesmo suspensão do credenciamento do próprio SPG como OPAC.

Os Sistemas Participativos de Garantia da Qualidade Orgânica são, portanto, uma Inovação Social de Processo no sentido em que estruturam princípios, conceitos, ferramentas e estratégias em busca de soluções mais satisfatórias (VIEIRA e PARENTE, 2017) justas e eficientes para problemas vividos pelos agricultores que optam por formas mais responsáveis de uso dos recursos naturais e do cultivo de alimentos com mais benefícios para suas famílias e consumidores.

2. Formas de garantia da qualidade orgânica no Brasil e peculiaridades do sistema participativo de garantia

No Brasil são reconhecidos três mecanismos de garantia de qualidade orgânica, previstas no Decreto nº 6.323, de 2007, que regulamenta a Lei sobre Agricultura Orgânica, de 2003 (BRASIL, 2007; BRASIL, 2003). As Organizações de Controle Social (OCS), após autorizadas pelo órgão fiscalizador, podem emitir declaração de conformidade orgânica para seus membros agricultores e tal garantia serve apenas para venda direta ao consumidor final.

Já as duas formas de garantia que compõem o Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SisOrg) possibilitam a emissão do Selo único válido em todo o território nacional, identificando apenas o sistema de avaliação de conformidade orgânica utilizado: a certificação por auditoria realizada por instituições certificadoras assim credenciadas junto ao Ministério da Agricultura e Pecuária (MAP), precedidas de uma etapa de acreditação realizada pelo Inmetro; ou pelos Sistemas Participativos de Garantia da Qualidade Orgânica (SPG) habilitados pelo MAP para atuarem como OPAC, sendo seu processo de certificação realizado exclusivamente para as unidades produtivas das famílias membros que participam ativamente do SPG.

Essa forma de acesso ao Selo de Garantia de que os alimentos cultivados são orgânicos é gratuita; participativa; horizontal; colaborativa; e com retornos inegáveis em torno de aprendizados e empoderamento dos agricultores, seja quanto a processos de gestão de suas entidades de representação, trocas de experiências organizacionais e produtivas, como em relação ao reconhecimento e à valorização mútua da importância e contribuição social e ambiental de optar por serem orgânicos.

Ao mesmo tempo, a dinâmica participativa implica que os agricultores precisam dedicar parte do seu tempo que seria empregado na produção ou em lazer para organizar e construir as diversas atividades da Rede, inclusive os processos de Controle Social - o que inclui as visitas às áreas, os registros em atas de reuniões de Grupo e de Núcleo, os debates e decisões sobre dificuldades encontradas, preenchimento de documentos como o Plano de Manejo Orgânico anual, a guarda e organização de documentação para fins de auditoria, o acompanhamento da auditoria do MAP, dentre outros.

² Conforme destacam Manos et al (2019), a depender de como se constituem suas dinâmicas e princípios, os SPGs podem ser compreendidos como mecanismos de controle da transição agroecológica, da produção orgânica e de base agroecológica, bem como podem integrar um sistema de monitoramento e avaliação - instrumentos importantes na execução da Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (PNAPO) (BRASIL, 2012).



Também se faz necessário representar a Rede Plantar em espaços públicos como a Comissão de Produção Orgânica de Sergipe (CPOrg-SE), a Rede Sergipana de Agroecologia (RESeA) e o Conselho Municipal de Segurança Alimentar de São Cristóvão. Logo, há um custo indireto de participação que somente em poucos casos é ressarcido financeiramente pelo fundo coletivo, formado por contribuições praticamente simbólicas dos membros do SPG.

Ainda assim, o SPG, via OPAC, é uma forma mais acessível para os agricultores muito pequenos participarem de processos de aprendizagem, transição ou aprimoramento de seus sistemas de produção e obtenção do Selo Orgânico do Brasil.

Nessa circunstância, faz-se necessário ter em mente que o Selo é um símbolo cujo significado só faz sentido como representação de uma garantia de quem cultiva para quem compra esses alimentos, seja para consumo direto, revenda ou processamento.

No caso do consumidor direto, o real valor do Selo só se materializa nas relações de comercialização entre esses atores quando estes não se conhecem o suficiente para saber ou confiar que aquela produção não se utiliza de insumos e práticas recusadas tanto para o cultivo orgânico de alimentos como para as relações sociais que ocorrem em torno da produção e da vida cotidiana das famílias envolvidas no SPG. No caso de revendas ou processamento de orgânicos, o Selo é a segurança também para atendimento da legislação.

3. Os Desafios da Comercialização para os Pequenos Agricultores Familiares Orgânicos em Sergipe: percepções a partir de interações com os atores

A produção orgânica praticada e reconhecida como tal, ao mesmo tempo em que é um enfrentamento da pressão promovida pelo modelo convencional de produção aclamado como (aparentemente) mais produtivo, de baixo custo, larga escala e, portanto, mais competitivo, é também a possibilidade de ocupação de um nicho de mercado relevante que cresce no Brasil há ao menos duas décadas (IPEA, 2020).

Em Sergipe, segundo o cadastro Nacional de Produtores Orgânicos, além dos membros certificados pela Rede Plantar, existem dois produtores e duas empresas certificadas como orgânicos, e 23 Organismos de Controle Social.

Embora em um mapeamento rápido exista ao menos quatro serviços de *delivery* que atuam divulgando seus produtos como orgânicos na capital do estado, durante três anos de interações com os diversos atores desse mercado local (agricultores orgânicos, consumidores, revendedores de alimentos orgânicos, comissão de produção orgânica, entre outros), mostra-se recorrente nos diversos ciclos de consumidores (aqui considerados aqueles que têm elevada estabilidade de renda) a percepção de que não há oferta suficiente de alimentos orgânicos *in natura* nas feiras, quitandas, mine e supermercados e em *deliveries* - mesmo considerando os alimentos que vêm de fora do estado e sem verificar se as opções existentes desses alimentos são efetivamente orgânicos certificados.

Curiosa e tristemente, entre os coletivos de pequenos agricultores orgânicos de Sergipe (inclusive as OCS), há uma percepção de que não há demanda para os alimentos que produzem e é ainda muito modesto o reconhecimento por serem orgânicos, seja em termos de preferência ou diferencial de preço frente os convencionais.

A partir do acompanhamento tanto de discussões como de algumas tentativas de organização de ações de comercialização, fica claro que o grande gargalo é a não existência de uma estrutura necessária à integração entre a oferta e a demanda, entre agricultores e consumidores, seja contando ou não com os atravessadores e intermediários. Essa estrutura, porém, vai além de uma visão simplista de logística.

Isso mantém relação direta com fragilidades econômicas, de apoio técnico (produtivo e principalmente para organização social), de condições para atuação coletiva e mesmo de uma cultura associativista - aspectos que, de maneiras peculiares a cada situação, muitas vezes impossibilitam que os agricultores: realizem o escalonamento da produção para obter oferta (e renda) ao longo do período produtivo dos cultivos e o transporte de alimentos até a cidade; tenham a noção de que seu trabalho e de sua família precisa ser dignamente remunerado e, portanto, deve compor sua estrutura de custos; pratiquem a formação de preços considerando os custos; façam a gestão das vendas, custos e receitas e mesmo a gestão das 'perdas na roça' e nas ações de venda; tenham capacidade de praticar a venda direta a consumidores, restaurantes e a programas de governos municipais e estaduais; e não sejam explorados por atravessadores e intermediários que revendem os alimentos que cultivam.

Estas e outras dificuldades - que vão muito além do cultivo e produção de alimentos - associadas ao distanciamento dos consumidores em relação à importância dos serviços ambientais, culturais e de abastecimento das cidades realizados pelas famílias agricultoras - tornam ainda mais difícil elaborar ações para a construção social de mercados locais justos, no sentido posto em Nierdele (2013) e com reconhecimento dos esforços para garantia participativa da qualidade orgânica.

Essa forma de estruturação de mercado de alimentos que afeta as formas de agir tanto de agricultores como de consumidores e intermediários é criada e reforçada para atender aos

interesses dos grandes produtores, associados a grandes conglomerados de varejistas de alimentos (WILKINSON, 2008), e ao mesmo tempo é utilizada por outros atores locais que atuam em menor escala, mas, na maioria das vezes, baseados nos mesmos valores, contribuindo para a pobreza no campo e desvalorização do trabalho de quem cultiva os alimentos.

A busca de alternativas a esse modelo tornou-se foco de discussões na Rede Plantar mesmo antes, mas especialmente após seu credenciamento como OPAC e certificação das primeiras famílias membros do SPG, em novembro de 2019 (figura 1). Afinal, como o Selo de garantia da qualidade orgânica poderia se reverter em reconhecimento do público, elevação das vendas e geração de renda para essas famílias?



Figura 1. Primeiras famílias com unidades produtivas certificadas como orgânicas pelo OPAC Rede de Agroecologia Plantar para a Vida; outros membros agricultores e colaboradores

Foto: Rede Plantar para a Vida

4. A Construção do Sistema Coletivo de Comercialização da Rede de Agroecologia Plantar para a Vida

Movidos pela necessidade de acessar mercados consumidores de alimentos orgânicos, membros colaboradores do SPG buscaram espaços para que a Rede fizesse a comercialização direta de alimentos. Ainda em outubro de 2019, a Associação dos Engenheiros Agrônomos de Sergipe (AEASE), localizada em área nobre de Aracaju, disponibilizou gratuitamente para a Rede parte de sua área externa, com estrutura de bancas para os alimentos, pontos de água,

freezer, banheiros. Além disso, esse espaço já havia sido ocupado por outros agricultores orgânicos certificados coletivamente, mas por auditoria, e com sucesso de vendas.

Faltava definir então uma estratégia de comercialização que se mostrasse economicamente viável para levar os alimentos das unidades produtivas (a mais distante está há cerca de 100 km) até o ponto de venda.

Membros dos quatro Grupos do SPG, inclusive membros-colaboradores e agricultores não certificados, passaram a discutir, inicialmente com o apoio de consultor do Sebrae, sobre a estrutura de mercado e a importância dos custos para formação de preços (figuras 2 a 5). As oficinas foram realizadas nos municípios de Indiaroba, Salgado e São Cristóvão, facilitando a participação dos membros de todos os grupos em todas as oficinas.



Figura 2. Primeira capacitação sobre estrutura de mercado (Indiaroba), 11/dez/2019

Foto: Rede Plantar para a Vida



Figura 3. Segunda capacitação sobre estrutura de mercado. O que queremos? (Indiaroba), 12/fev/2020

Foto: Rede Plantar para a Vida



Figura 4. Primeira oficina estrutura de comércio e preços (São Cristóvão/SE), 21/fev/2020

Foto: Rede Plantar para a Vida



Figura 5. Segunda oficina estrutura de comércio e preços (Cooperafir, Salgado), fev/2020

Foto: Rede Plantar para a Vida

Importante destacar que a estrutura de comércio de alimentos na qual os agricultores se inserem até hoje, e praticamente a única conhecida até o momento das citadas oficinas, é individual e baseada na competição entre os próprios agricultores.

Uma vez que os atravessadores e revendedores determinam os preços, não há articulação entre agricultores e há total distanciamento dos consumidores em relação a tudo que é necessário ocorrer para que os alimentos sejam ofertados nas cidades, o que resta às famílias agricultoras é, principalmente na então ausência de programas de aquisição de alimentos pelo

mercado institucional, praticamente apenas dois canais de comercialização: ou entregam sua produção a preços muitas vezes irrisórios àqueles que conseguem criar um circuito de coleta desses alimentos diretamente nos sítios; ou deslocam-se (às vezes até em conjunto, mas não coletivamente) para comercialização em feiras nos municípios.

Na Rede havia ainda três agricultores com experiência em curso com deliveries muito pequenos em Aracaju e em Salgado, sendo que um desses também é participante na feira Agroecológica da Universidade Federal de Sergipe. Nesses casos, os alimentos comercializados não eram exclusivamente cultivados por suas famílias, o que implicava também em uma espécie de intermediação e tornar-se-ia uma questão para o controle social da qualidade orgânica caso esses alimentos não fossem exclusivamente produzidos por membros certificados pela Rede.

Logo após a primeira oficina sobre estrutura de mercado (figura 2), em dezembro de 2019, os participantes identificaram a necessidade de discutir mais especificamente quais os princípios e diretrizes norteariam a comercialização da Rede Plantar.

“Qual comercialização queremos praticar e desenvolver?” foi a questão norteadora da primeira oficina sobre Comércio Justo, realizada em 11 de fevereiro de 2020 (figura 6), com a participação de representantes dos quatro Grupos da Rede. Inspirados pelas noções sobre Comunidades que Sustentam a Agricultura (CSA) os participantes sistematizaram os primeiros elementos utilizados como base para a ideia de comercialização efetivamente coletiva.

Importante destacar que a noção de comercialização coletiva mais recorrente entre os membros da Rede restringia-se à ideia de estarem ocupando o mesmo espaço, numa feira, por exemplo, mas não perpassava a ideia de compartilhamento de custos e menos ainda a perspectiva de tomada de decisão coletiva a respeito das práticas de comercialização como portfólio de alimentos, preços, unidades de medida e nem mesmo contar com a possibilidade de uma mesma pessoa estar responsável pela venda em si, representando todos os agricultores.

Já em suas ações individuais de comercialização observava-se a falta de gestão da informação sobre custos, receitas e perdas geradas; a não contabilização/remuneração do próprio tempo para execução dessas atividades; a não observação do custo de oportunidade de dedicar uma pessoa da família para realização de um volume pequeno de vendas e os possíveis impactos sobre o trabalho na sua produção de alimentos.

A comercialização efetivamente coletiva, portanto, proporcionaria ganhos indiretos:

- Reduzir gastos/esforços individuais com comercialização (mais tempo na terra)
- Recursos que seriam do atravessador ficariam na Rede
- Valorização do trabalho dos agricultores (preço justo)
- Integração com novos parceiros-consumidores, de modo a fortalecer o próprio sistema participativo de garantia da qualidade orgânica
- Entrada em novos mercados (especialmente para o Grupo de Indiaroba)

Nesse momento, como o foco da comercialização era a oportunidade de realização da feira na AESE, a oficina desdobrava-se em duas outras questões geradoras: ‘Como queremos que seja a feira da nossa Rede Plantar para a Vida na AEASE?’ E ‘O que precisamos fazer coletivamente para que seja como queremos?’ (figura 7).



Figura 6. I Oficina sobre Comércio Justo. O que queremos com a comercialização coletiva? (São Cristóvão, 11/fev/2020)

Foto: Rede Plantar para a Vida



Figura 7. I Oficina sobre Comércio Justo. Grupos e resultados da discussão (São Cristóvão, 11/fev/2020)

Foto: Rede Plantar para a Vida

Divididos em dois grupos, os participantes, para além de refletir sobre e criticar a estrutura de mercado que rege a comercialização de alimentos, começaram a construir novas possibilidades de relações comerciais que poderiam ser colocadas em prática pela Rede. Além disso, passaram a inserir esses elementos na própria discussão sobre estrutura de mercado, a exemplo do que ocorreu na oficina de 12 de fevereiro de 2020 (figura 3).

Assim, a segunda oficina sobre Comércio Justo, em 26/fev/2020, teve como tema ‘Os Princípios e a Estruturação da Comercialização Coletiva’. Ainda com foco no espaço disponibilizado para a comercialização no formato de feira que seria realizada na AEASE, incluiu as etapas necessárias à sua realização: levantamento da oferta de alimentos; rota de transporte dos alimentos dos sítios até a cidade; operação de venda (não individual); remuneração dos envolvidos na ação coletiva; gestão de sobras da feira (figura 8).

Sob o lema “Não basta ser orgânico; é preciso ser Participativo e Justo”, também foram sistematizados os 13 Princípios da Comercialização Coletiva da Rede de Agroecologia Plantar para a Vida (figura 9) que já vinham sendo desenvolvidos na oficina anterior.



Figura 8. II Oficina sobre Comércio Justo. Estruturação da realização coletiva da feira na AESE (São Cristóvão, 26/fev/2020)

Foto: Rede Plantar para a Vida



Figura 9. Princípios Gerais da Comercialização Coletiva do SGP Rede de Agroecologia Plantar para a Vida (São Cristóvão, 26/fev/2020)

Foto: Rede Plantar para a Vida

Nesse mesmo dia, foi criado ainda um esboço da estrutura de custos para operacionalização da feira coletiva, contemplando dois circuitos de coleta de alimentos nos sítios, tendo uma das famílias certificadas disponibilizado gratuitamente um ponto de apoio para centralizar a saída dos alimentos para Aracaju, e um circuito para entrega da capital: Assentamento 8 de janeiro (Indiaroba) – São Cristóvão; Colônia 13 (Lagarto) – São Cristóvão; São Cristóvão – Aracaju.



A estrutura de custos abrangia, por exemplo, as distâncias, os custos para transporte (combustível, depreciação, seguro) por km, custo da hora de trabalho para deslocamento dos alimentos, tempo dedicado às vendas e à gestão das informações, entre outros.

Estava previsto mais um encontro para finalizar a estrutura de custos, a definição sobre a equipe (todos membros da Rede) que realizaria a ação da feira coletiva e ajustes de outros detalhes. Porém, em 11 de março de 2020, 13 dias após a última oficina presencial, a Organização Mundial da Saúde (OMS) reconheceu que estava em curso uma Pandemia de Covid-19, com a doença espalhada por quase todo o mundo. No Brasil, em 20 de março, o Ministério da Saúde declarou o estado de transmissão comunitária em todo o país.

O distanciamento social, necessário ao achatamento da curva de contágio e ao adiamento do colapso dos sistemas locais de saúde, provocou mudanças drásticas também nas práticas de venda e compra de alimentos.

No primeiro momento, diversas feiras livres foram suspensas e a falta desses espaços de comercialização (seja da própria produção, seja atuando como atravessadores), gerou imenso impacto sobre a já fragilizada renda da maioria das famílias da Rede Plantar, especialmente as cinco famílias já com suas áreas certificadas como orgânicas, do Grupo Manancial (Indiaroba/SE), pois estes eram os mais dependentes das feiras locais.

Sem saber o que ocorreria no futuro próximo, um grupo de dois membros-agricultores e dois membros-colaboradores com mais acesso aos meios de comunicação online começou a reunir-se virtualmente para discutir a possibilidade de colocar em prática um sistema de entrega de cestas, baseado nos Princípios que já haviam sido definidos e que eliminasse a figura do atravessador/intermediário, revertendo os serviços de logística e, portanto, a remuneração desses trabalho para os próprios membros da Rede.

A primeira operação de entrega das cestas comercializadas em sistema coletivo pela Rede foi realizada em 01 de abril de 2020.

4.1. A estruturação na prática

Após inúmeras horas de conversas online, foram sendo encontradas soluções para as dificuldades iniciais. Do ponto de vista da estrutura:

- Um dos agricultores membros do Grupo Manancial dispunha de carro e possibilidade de ele mesmo fazer o transporte (de modo remunerado pelo Sistema) dos alimentos do Assentamento Sete Brejos (Grupo Manancial) até o ponto de apoio em São Cristóvão. O mesmo para um agricultor do Grupo Vida Saudável (Colônia 13 – Lagarto).

- O ponto de apoio disponibilizado de modo totalmente gratuito por um membro-colaborador passou a abranger também o freezer, o espaço para lavagem e organização dos alimentos, o consumo de água e energia elétrica e o acesso à internet;

- Inicialmente, outro membro colaborador, também voluntariamente, passou a organizar a lista de contatos em aplicativo de mensagens, a divulgar a ação de comercialização e, semanalmente, passou a receber e registrar os pedidos dos parceiros-consumidores;

- Mais dois membros agricultores e os dois colaboradores iniciais passaram a trabalhar voluntariamente para complementar os serviços necessários ao sistema, contribuindo na recepção e contagem dos alimentos e na montagem das cestas até a saída para entrega;

- Nos primeiros meses, também foi disponibilizado (a preço de custo por quilômetro, calculado anteriormente) um carro para que um dos membros da Rede fizesse a entrega das cestas em Aracaju. Posteriormente, esse serviço foi terceirizado pela Rede.

- Também foram disponibilizados gratuitamente, por membros agricultores e colaboradores: uma impressora, dois notebooks e ao menos dois telefones celulares que eram utilizados para contato com consumidores.

- Planilhas para registro de todas as ofertas, saldos de alimentos, pagamentos aos agricultores (alimentos e serviços) e gastos com material de consumo (embalagens, papel e outros), vendas da semana, endereços para entrega;
- As dinâmicas de chegada ao ponto de apoio, que passou a ser chamado de Central Orgânica, e saída para entrega;
- As necessidades de melhoria na qualidade dos alimentos cultivados;
- As necessidades de melhoria na pesagem, higienização e secagem dos alimentos colhidos nas roças e os cuidados no transporte.

O diagrama de fluxo detalha o processo de gestão da cadeia de valor da agricultura familiar, organizado em seis swimlanes (faixas horizontais) que representam diferentes papéis e responsabilidades:

- GT COMERCIALIZAÇÃO (Coordenação):** Inicia o processo solicitando informações sobre alimentos disponíveis. Recebe e registra pedidos em planilhas de vendas, sistematiza as vendas por produto e agrcultor, e informa a quantidade por agricultor. Realiza a contabilidade semanal e registra pagamentos aos parceiros-consumidores.
- Representante Grupo:** Organiza as informações e repassa para a coordenação. Repassa informações para cada agricultor e passa no sítio/casa para coletar alimentos e transportá-los até a central orgânica.
- Agricultor (a) membro do SPG (certificado):** Informa sua disponibilidade de alimentos certificados. Se não tiver, não prossegue; se tiver, repassa as informações para a coordenação. Colhe, higieniza e embala os alimentos (às vezes).
- Colaboradora Volunt. 1:** Compatibiliza a oferta por alimentos, organiza 5 opções de cestas prontas e avulsos, e envia para a GT. Também imprime opções de cestas, lista de pedidos, nomes dos clientes/cesta e etiquetas alimentares.
- Colaboradora Volunt. 1:** Verifica o conteúdo das cestas e publica no Instagram. Limpeza do local, organização do material de limpeza e estrutura.
- Equipe de Montagem:** Confere quantidades e qualidade, pesa, embala e monta as cestas. Soluciona problemas, organiza gelados e organiza a saída para entrega. Realiza a limpeza e gestão de materiais/insumos.
- Colaborador Volunt. 3:** Realiza a transferência para o representante do grupo e para a responsabilidade pela entrega.

O processo termina com o **FIM** (Finalização) após a entrega e a transferência de responsabilidade.

61º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural – SOBER
23 a 27 de Julho de 2023 | Piracicaba - SP

Para coordenar essas ações, formaram-se dois Grupos de Trabalho (GT) de Comercialização, com organização horizontal: um com a participação de todos os envolvidos e reuniões periódicas; e outro com quatro pessoas (GTzinho) que estavam de fato operacionalizando o Sistema com entrega de cestas semanais. Entre esse grupo havia reuniões no mínimo uma vez por semana que, com o amadurecimento do processo, foram tornando-se um pouco menos frequentes. Todas as decisões eram tomadas no mínimo no âmbito do GTzinho e, periodicamente, as dificuldades de solução mais difícil eram levadas para o GT.

Embora alguns dos membros agricultores já tivessem experiência na comercialização de alimentos, ficava cada vez mais claro que o público que estava adquirindo as cestas da Rede Plantar tinha outro nível de expectativa e exigência quanto à diversidade e à qualidade dos alimentos, formas de embalagem, higiene e do serviço de entrega.



Figura 12. Chegada e conferência de alimentos à Central Orgânica, seguidas da pesagem, embalagem e montagem das cestas
Foto: Rede Plantar para a Vida

4.2. As três fases do sistema de comercialização coletivo e seus desafios

4.2.1. Fase 1: de 01 de abril de 2020 a 31 de março de 2021 (57 semanas)

Com a operacionalização iniciada em 01 de abril de 2020, os membros do GT Comercialização realizaram quatro importantes momentos de monitoramento do sistema: reunião online (30/julho); reunião mista, tomando todos os cuidados de distanciamento social (em 28/ago); e reunião presencial (também com todos os cuidados sanitários), em 16/nov/ 2020. Nesta, a discussão incluiu novas possibilidades de comercialização coletiva, a exemplo da integração em circuitos curtos de comercialização realizados por outros SPGs e quais desafios precisaram ser mais rapidamente resolvidos para agregar ações à comercialização coletiva: escalonamento coletivo da comercialização; elevação da produção de alguns alimentos.

O quarto encontro ocorreu de modo online (em 12 de abril de 2021) organizado pelo GTzinho em formato de celebração. Foram apresentados os resultados financeiros do Sistema Coletivo, conforme tabela 1.

Tabela 1. Resultados financeiros do Sistema de Comercialização Coletiva da Rede Plantar para a Vida (01/abr/2020 a 28/abr/21): 57 semanas

Itens de receita e despesas	R\$	% da Receita total
Total de Recursos Gerados (R\$)	111.623,52	
- Cestas prontas e extras (adicionados)	95.701,48	85,74%
- Parceiros revendedores	15.922,04	14,26%
Total em alimentos (para as famílias agricultoras)	82.234,09	73,67%
Total em serviços (para as famílias agricultoras)	24.525,48	
Total em serviços (terceiros)		
Gastos com embalagens	1.713,00	1,54%
Saldo do sistema (sem contar materiais em estoque)	3.150,95	2,82%

Para alcance desses resultados, foram ainda empregadas aproximadamente 350 horas de trabalho voluntário (fixo) tanto de membros colaboradores como de membros agricultores.

Chamam atenção o total de R\$ 86.700,00 (alimentos e serviços) gerados para as oito famílias com unidades produtivas certificadas como orgânicas pela Rede Plantar que, assim como os membros colaboradores (voluntários) e demais membros produtores (até então não certificados e que, portanto, não comercializaram por meio do Sistema), desenharam e colocaram em prática nesse primeiro ano seu próprio Sistema Coletivo de Comercialização.

Para isso, foram realizadas 1.554 operações de venda (desde o contato para registro do pedido, até a montagem e entrega das cestas e atendimento pós-venda), em uma média de 119,54 cestas por mês ou 27,26 cestas por semana.

O saldo do Sistema (2,82% da receita bruta) representava efetivamente o que se buscava: remunerar o máximo possível todas as famílias envolvidas, especialmente por meio do valor dos alimentos cultivados e comercializados coletivamente. Assim, os princípios da Comercialização Coletiva da Rede estavam sendo cumpridos, especialmente a valorização do trabalho dos agricultores (preço justo e comércio justo).

Além do esforço de operar ininterruptamente dependendo do apoio de voluntários fixos, iam se tornando evidentes outros desafios inerentes a um processo de comercialização coletiva.

Para viabilizar a gestão de um negócio coletivo, diversos cuidados precisaram ser incorporados às práticas dos agricultores, desde a padronização de unidades de medida aplicadas a alguns alimentos (molho, quilo, penca, dúzia etc), passando pela definição coletiva de preços únicos (de um mesmo produto), até a construção coletiva do entendimento que, uma vez que não se trata de uma ação de intermediação, a responsabilidade pela gestão dos saldos financeiros (positivos ou negativos), bem como da qualidade em todas as etapas do trabalho e os esforços para manutenção do sistema operando com saldo positivo, era de todos os membros envolvidos.

Em outras palavras, os agricultores precisavam ser ativos também para fortalecimento do Sistema, gerando, inclusive, conteúdos (fotos e vídeos) para as sedes Sociais, contribuindo periodicamente com trabalho voluntário na montagem das cestas, acompanhando as contas (que eram abertas) e desenvolvendo soluções coletivas para os desafios encontrados.

4.2.2. Fase 2: de 05/mai/2021 a 27/abr/22

Tabela 2. Resultados financeiros do Sistema de Comercialização Coletiva da Rede Plantar para a Vida (05/mai/2021 a 27/abr/22): 51 semanas

Itens de receita e despesas	R\$ na fase 2	R\$ Total (Fase 1+Fase 2)
Total de Recursos Gerados (R\$)	83.868,60	195.492,12
- Cestas prontas e extras (adicionados)	67.762,02	163.463,50
- Parceiros revendedores	16.106,57	32.028,61
Total em alimentos (para as famílias agricultoras)	61.561,30	143.795,39
Total em serviços (para as famílias agricultoras)	27.269,61	51.795,09
Total em serviços (terceiros)		
Gastos com embalagens	1.610,00	3.323,00
Saldo do período (sem contar materiais em estoque)	-6.572,31	- 3.421,35

Na Fase 2, que compreende 51 semanas, nove famílias com áreas certificadas passam a inserir seus alimentos no Sistema e foram realizadas 907 operações de venda, gerando R\$ 83.868,60. Em média, 75,58 cestas comercializadas por mês ou 17,78 por semana. Ou seja, uma queda de 36,77% no volume de operações mensais, de 18,60% na receita total mensal e de 18,90% no valor mensal em alimentos remunerados às famílias agricultoras.

Embora a participação dos custos sobre o total de receitas tenha subido de pouco mais de 10% (de 23,51% para 34,43%), o impacto da elevação dos custos de operação é melhor representado quando comparado o custo unitário por operação de venda, que saiu de R\$ 16,88 para R\$ 31,84 – consequência da redução do número de vendas e da elevação do custo fixo de operação, marcada pelos sucessivos aumentos de preços nos combustíveis e embalagens.

Com o caixa negativo do Sistema garantido por membros voluntários, a remuneração dos alimentos e dos serviços dos agricultores não foi afetada. Dessa forma, amenizou-se o impacto sobre a receita para as famílias.

Considerando a redução nas vendas (Quadro 2), o GT de Comercialização decidiu realizar uma oficina presencial (em 10 de maio de 2022) para analisar as mudanças na dinâmica do mercado e novamente pensar novos rumos para comercialização coletiva.



Figura 13. Oficina de reavaliação do Sistema Coletivo de Comercialização (10/mai/2022, Sede da Associação, Indiaroba/SE)

Foto: Rede Plantar para a Vida

À essa altura, alguns desafios da atuação coletiva em si já estavam claros, conforme resumidos a seguir, nas considerações finais. Porém, faltava uma leitura mais detalhada, sistematizada e coletiva.

Inicialmente foi realizada uma dinâmica para representação do Sistema Coletivo (figura 13) sob a perspectiva dos mecanismos de funcionamento (preço coletivo, cobertura de custos de logística aumentando o preço líquido dos alimentos para os agricultores – “preço na roça”, entre outros).

Em seguida, foram utilizadas duas perguntas geradoras – “O que mudou desde quando começamos?” e “O que foi feito e o que não foi feito para mudarmos junto?” – produzindo uma avaliação coletiva do novo cenário do mercado consumidor e das capacidades dos membros da Rede de reformular o Sistema e mantê-lo ativo.

A partir do colocado pelos participantes, foi possível sistematizar os Quadros 1, 2 e 3, a seguir.

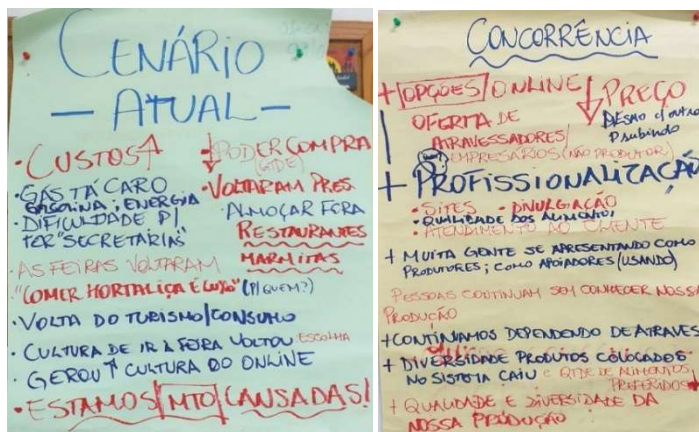


Figura 14. Oficina de reavaliação do Sistema Coletivo de Comercialização (10/mai/2022, Sede da Associação, Indiaroba/SE)

Quadro 01. Mudanças no cenário geral

Mudanças no cenário geral
Aumento de custo de vida para as famílias (consumidores)
Redução da renda de diversas famílias (consumidores)
Elevação do preço do gás e redução da preparação doméstica de alimentos
Outras dificuldades para preparar alimentos em casa: falta de tempo (retorno do trabalho presencial); falta de condições de pagar por esse serviço
Retorno das práticas de almoçar fora de casa (restaurantes e marmitas)
Retorno das feiras, da prática de comprar alimentos nesses espaços e busca por preços mais baixos e escolher os alimentos
Crescimento da cultura da compra online
Cansaço da equipe de operacionalização do Sistema Coletivo pelo número elevado de semanas

Quadro 02. Mudanças a estrutura da concorrência

Mudanças na estrutura de concorrência
Aumento de pontos de venda (além das feiras) de alimentos em geral e daqueles divulgados como orgânicos ou como agroecológicos
Aumento significativo de opções de compra de alimentos online
Negócios de venda online de alimentos organizados por empresários (perfil diferente da Rede): profissionalizaram seus negócios: sites; impulsionamento nas redes sociais; qualidade dos alimentos vendidos; atendimento ao cliente
Vendas online apresentando os produtos como orgânicos
- atuam como atravessadores (preços baixos aos agricultores)
- alguns apresentam-se como apoiadores dos agricultores
- alguns estimulam a competição de preços entre os agricultores

Quadro 03. Ações para acompanhar as mudanças

O que (não) fizemos para acompanhar as mudanças
Sistema de vendas continuou via aplicativo de mensagens
Divulgação continuou tímida: sem apoio para ações em redes sociais
Capacidade e qualidade do atendimento não foi ampliada
A Rede continuou sem realizar ações para trazer as pessoas para conhecer a produção
Houve momentos de redução da diversidade da produção e da quantidade produtos colocados no sistema
Redução da quantidade produzida de alguns alimentos de alta demanda: tomate, cebola, cenoura, brócolis, acelga e mamão
Não houve muitas melhorias na qualidade dos alimentos produzidos pela Rede
Os membros da Rede não tiveram condições (tempo, recursos, apoio de novos parceiros) para desenvolver outras estratégias de comercialização, fortalecendo a Central Orgânica e a lógica redutora de custos individuais proporcionada pela atuação coletiva

Apesar de algumas percepções sobre o cenário geral parecerem contraditórias, a exemplo do retorno das feiras e crescimento da cultura de compras online, o coletivo discutiu que essas mudanças ocorrem simultaneamente e se complementam, mudando a estrutura de concorrência.

Com a realização da Oficina, também foi possível aos membros voluntários explicitarem suas limitações atuais tanto de cansaço com o processo quanto de tempo, especialmente com o retorno de todas as suas atividades de estudos, trabalho e familiares presencialmente, a partir do arrefecimento da Pandemia.

Além disso, uma mudança importante foi proposta pelos membros agricultores: a partir da semana seguinte, passaria a ser descontado 15% do valor a ser repassado para os agricultores pelos alimentos comercializados via o Sistema Coletivo.

Essa foi a forma encontrada para elevar sua contribuição, mas as reflexões em curso deixaram claro que a questão não era somente financeira, mas de participação de novos atores assumindo as atividades, bem como de ações concretas para remodelar a forma de ação do Sistema.

Assim, foi construído um Plano de Ação para tentar manter o Sistema ativo (figura 15), mas ficou decidido pelos presentes que após três meses, enquanto as famílias agricultoras poderiam também reorganizar suas atividades e, após esse período e implementação do Plano, o Sistema seria reavaliado.



Figura 15. Plano de Ação para reestruturação do Sistema Coletivo (10/mai/22)

Foto: Rede Plantar para a Vida

4.2.2. Fase 3: de 04/mai/2022 a 30/nov/22

Quadro 3. Resultados financeiros do Sistema de Comercialização Coletiva da Rede Plantar para a Vida (04/mai a 30/nov/2022): 30 semanas

Itens de receita e despesas	R\$ na fase 3	R\$ Total (Fases 1, 2, e 3)	% sobre o total de recursos gerados
Total de Recursos Gerados (R\$)	40.949,18	236.441,30	-
- Cestas prontas e extras (adicionados)	34.645,48	198.108,98	83,79%
- Parceiros revendedores	6.303,70	38.332,31	16,21%
Total em alimentos (para as famílias agricultoras)	26.836,55	170.631,94	72,17%
Total em serviços (para as famílias agricultoras)	16.403,49	68.198,58	28,84%
Total em serviços (terceiros)			
Gastos com embalagens	1.143,00	4.466,00	1,89%
Saldo do período (sem contar materiais em estoque)	- 3.433,86	- 6.705,21	2,84%

Na Fase 3, que compreende 30 semanas, foram realizadas apenas 149 operações de venda, gerando R\$ 40.949,18. Em média, 21,28 cestas comercializadas por mês ou 5,0 por

semana. Ou seja, uma nova queda (comparada à fase 2) de 71,84% no volume de operações mensais, de 16,30% na receita mensal e de 25,27% no valor mensal em alimentos remunerados às famílias agricultoras, acompanhada da elevação do custo unitário de operação em 269,85%.

Dessa forma, mesmo com a participação de 15% do valor dos alimentos remunerados aos agricultores, o Sistema não se recuperou e mostrou-se insustentável.

Como o caixa negativo do Sistema continuou garantido por membros voluntários, a remuneração dos alimentos e dos serviços dos agricultores não foi afetada. Assim, amenizou-se novamente o impacto sobre a receita para as famílias.

Considerando a redução nas vendas e a falta de perspectiva de melhoras em curto prazo, optou-se por encerrar a operação do Sistema Coletivo para comercialização de cestas diretamente ao consumidor final. Como a operacionalização da comercialização somente para parceiros revendedores também não seria sustentável, a comercialização coletiva está suspensa desde dezembro de 2022.

4.3. Aprendizados

Nesse cenário, os diversos desafios identificados mostram ao menos quatro grupos de dificuldades que afetaram o Sistema Coletivo de Comercialização de formas interligadas:

I. Apesar de toda a experiência construída e vivenciada, ainda é forte a cultura individualista, especialmente nos cenários de maior escassez de recursos e renda:

- Alguns agricultores que comercializavam no mesmo mercado (Aracaju) entregavam alguns de seus alimentos diretamente ao consumidor a praticamente o mesmo preço que colocavam no Sistema Coletivo (que ainda acrescentaria os custos para formar o preço final ao consumidor). De certa forma, isso proporcionava uma competição via preço que, a depender da elasticidade preço da demanda, não afetaria necessariamente as vendas de um ou de outro, mas explicita a cultura individualista presente nas relações;

- A ideia construída, especialmente após alguns meses de operação, era que a Central Orgânica pudesse operacionalizar também as vendas intra-rede, utilizando-se das definições coletivas, a exemplo do preço ao agricultor, e da dinâmica de transporte (reduzindo custos para todos) e estimulando relações mais equânimes, reduzindo a postura de atravessamento dentro da própria Rede. Porém, em diversos momentos, alguns agricultores buscavam adquirir alimentos de outros, negociando preços mais baixos, ‘sem passar pelo Sistema Coletivo’ e, portanto, deixando de fortalecê-lo.

II. Concentração de atividades e responsabilidades sobre as mesmas pessoas

- os membros do GTZinho também assumiam diversas outras responsabilidades dentro da Rede, a exemplo dos papéis na Comissão de Ética, organização de Encontros da Rede, atuação nos processos de certificação, representação da Rede em espaços externos, entre outros. Faltava condições para atuar nas diversas oportunidades que a Central Orgânica poderia gerar e assim aumentar a renda com a comercialização;

- o envolvimento com as atividades da Rede, portanto, estavam comprometendo mais o tempo de algumas famílias que de outras e a remuneração pelo trabalho na Comercialização não compensava esse tempo que deixavam de direcionar para seus cultivos.



- III. O Sistema Coletivo de Comercialização de cestas precisava ter se reformulado, aprimorado e reestruturado logo em seu primeiro ano de operação, entre outros aspectos, por meio de:
- organização coletiva da produção: escalonamento; compra de insumos; introdução de novos cultivos, busca de melhorias nas condições produtivas para melhorar a qualidade dos produtos
 - desenvolvimento de aplicativo de venda para clientes e parceiros e, principalmente, gestão da comercialização nos moldes da gestão coletiva de contas abertas e repartição de benefícios e custos
 - integração a circuitos curtos de comercialização operacionalizados por outros SPGs no Nordeste
- IV. Falta de Estratégias mais fortes de comunicação e abertura para o público externo
- Considerando que o processo de fortalecimento da Rede por meio de parcerias foi fortemente afetado pela Pandemia de Covid-19 somente cinco meses após seu reconhecimento como OPAC, praticamente não ocorreram novas aproximações efetivas (com integração às dinâmicas da Rede) com outras instituições. Muitas destas também estiveram fragilizadas pelas crises políticas e econômicas enfrentadas no período. Possivelmente, oportunidades de parceria para enfrentamento das dificuldades surjam daqui em diante.
 - Poder contar com os consumidores como parceiros não é algo fácil de ser construído. Apesar dos diversos esforços de comunicação direta, presenças em algumas ações do Sistema, apoio com repasse de mensagens e aumento dos seguidores nas redes sociais, a valorização do cultivo orgânico, do trabalho das famílias agricultoras e do trabalho coletivo ainda se mostra como algo no campo do discurso. A mudança prática nas relações de consumo campo-cidade ainda está distante e precisa ser construída sob novas bases de significado e valorização do trabalho e dos serviços socioambientais prestado pelos agricultores a toda a sociedade.
- V. Mesmo com o retorno das feiras livres, o Sistema tinha importâncias diferentes para a renda de cada família:
- Duas delas tinham visto seus *deliveries* individuais crescerem durante a Pandemia e uma delas, por ser produtora de uma diversidade maior e mais bem escalonada de alimentos, também abastecia o coletivo com essa diversidade e perenidade. Como essa mesma família fazia o transporte dos alimentos do Sistema Coletivo até a Central Orgânica para os três membros do seu Grupo, o mesmo carro era utilizado para trazer seus produtos vendidos individualmente e isso reduzia seu custo individual de transporte referente ao trajeto de 120 km (ida e volta) até São Cristóvão.
 - Entre as outras sete famílias, duas tinham importante participação com frutas cítricas. Logo, o Sistema coletivo gerava certa garantia de que teriam venda para esses produtos (inclusive para parceiros-revendedores), mas a venda direta para o atravessador no sítio (ainda que a preços muito baixos e sazonais) continuava sendo a fonte mais importante de renda;
 - Outras duas famílias aumentaram, em alguns períodos, sua diversidade de hortaliças, feijões e frutas como a banana – indicando que a possibilidade de comercialização proporcionada pelo Sistema Coletivo havia estimulado o reinvestimento na produção;
 - Por fim, para outras duas famílias, a produção do sítio sempre representou uma parte muito pequena da renda e praticamente só de modo indireto, via autoconsumo. Assim, o aporte de alimentos ao Sistema Coletivo era mais para fortalecer o Sistema em si.

5. Considerações finais

O Sistema de Comercialização Coletiva desenvolvido pelo SPG Rede de Agroecologia Plantar para a Vida coloca-se como uma inovação social baseada nos princípios da ação coletiva, do comércio justo e alinhada aos propósitos dos circuitos curtos de comercialização operados por agricultores familiares e camponeses.

Nesse caso, o circuito uniu os Grupos de agricultores do SPG localizados em Indiaroba (a 120 km da capital) e Lagarto (65 km) aos de São Cristóvão (25 km) e, todos, aos consumidores em Aracaju. Com a certificação de novos agricultores como orgânicos, no final de 2022, a expectativa era integrar também o Grupo de Salgado (50 km da capital), bem como ampliar as ações para além da venda direta ao consumidor final.

Além do próprio processo de construção ter sido coletivo e participativo, sua operacionalização deu-se quase que totalmente (com exceção das entregas das cestas da Central Orgânica até o consumidor final) pelos próprios membros da Rede Plantar e de modo autogestionado. Foram desenvolvidas ferramentas para gestão da informação, a exemplo de planilhas para registro da disponibilidade semanal de alimentos a serem colhidos nas unidades produtivas; atualização de preços com buscas de preços de mercado para comparação; registro dos pedidos semanais dos parceiros consumidores; registro de pagamentos recebidos e de repasses dos recursos para os membros do Sistema.

Também foi desenvolvido o fluxo de atividades e os prazos semanais para cada forma de participação, a exemplo do envio da oferta de alimentos de cada agricultor para um responsável no Grupo que organizava a informação e repassava para a central orgânica e até os horários de passagem nos sítios para buscar os alimentos, a chegada na central e saída para entrega.

Por mais que os princípios da comercialização coletiva estivessem coletivamente pré-construídos antes da operacionalização do Sistema e fossem cumpridos com seriedade, compromisso e transparência por todos os envolvidos, alguns desafios relacionados ao pensamento e à ação coletiva não foram superados.

Mas é preciso ressaltar que tudo isso foi construído durante a Pandemia, que assolou a todos apenas cinco meses após a consolidação da Rede como OPAC, trazendo vivências e aprendizados para a própria gestão da Rede enquanto SPG e OPAC, a exemplo da necessidade de fortalecimento de parcerias externas.

Além disso, essa inovação social trouxe materialidade para a Política Pública que prevê os SPGs como estratégia de fortalecimento das famílias agricultoras. Pelos seus resultados, acertos e aprendizados, certamente há um legado que pode ser útil para desenvolver Programas de apoio à autonomia de renda via comercialização de alimentos cultivados pela agricultura familiar em Sergipe, a partir da experiência vivida e contada pelos próprios agricultores.

A Agricultura do futuro, especialmente para os muito pequenos agricultores, passa pelas soluções coletivas e pela aplicação de metodologias participativas da Agroecologia para a questão da comercialização de excedentes, como de meio de reprodução social e, mais que sobrevivência, como meio de vida digna para as famílias agricultoras respeitando sua autovisão sobre dignidade e qualidade de vida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Lei no 10.831**, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências

BRASIL. **Decreto Lei nº 6.323** de 27 de dezembro de 2007. Dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2007

GONÇALVES, L. O.; MANOS, M. G. L.; RIBEIRO, J. M.; SILVA, J. P. da.; SANTOS, E. M. dos; SANTOS, A. A.. Rede de Agroecologia Plantar para a Vida: composição e práticas do Sistema Participativo de Garantia (SPG) em Sergipe. In HIRATA, A. R.; ROCHA, L. C. D.. Sistemas participativos de garantia do Brasil: Histórias e Experiências. Pouso Alegre: IFSULDEMINAS, 2020. pp. 229-236

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Produção e Consumo de Produtos Orgânicos no Mundo e no Brasil. **Texto para Discussão 2538** – Brasília: Rio de Janeiro: Ipea, 2020. 44 p. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/1/TD-2538.pdf>. Acesso em: 22 ago.2022

MANOS, M. G. L; GONÇALVES, L. O.; ARRUDA, G. A.; RIBEIRO, J. M. C.; SANTOS, C. S.; SILVA, P. J. da; REIS, J.F.; BISPO NETO, E. R.. Sistema participativo de garantia Rede de Agroecologia Plantar para Vida: trocas, experiências e perspectivas em Sergipe. Anais do XI Congresso Brasileiro de Agroecologia, São Cristóvão, SE. V. 15, n, 2 (2020). Disponível em: <http://cadernos.aba-agroecologia.org.br/cadernos/article/view/4958>.

NIERDELI, P A. Construção social de mercados e novos regimes de responsabilização no sistema agroalimentar. **Revista Agriculturas: experiências em agroecologia**, v. 10, n. 2. Disponível em: <http://aspta.org.br/files/2013/08/Agriculturas-JUN-2013.pdf>. Acesso em: 10 jul.2021

VIEIRA, N. dos S.; PARENTE, C.; BARBOSA, A. C. Q. “Terceiro setor”, “economia social”, “economia solidária”: laboratório por excelência de inovação social, **Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto**, Número temático – Processos sociais e questões sociológicas, pp. 100-121. Disponível em: <http://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/108522>. Acesso em: 20 out.2022

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores**. Porto Alegre: Editora UFRGS/Programa de pós-graduação em desenvolvimento rural, 2008