



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS, AMBIENTAIS E BIOLÓGICAS
TECNOLOGIA EM AGROECOLOGIA**

NAIANE DOS SANTOS DA SILVA

**CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO: UMA ANÁLISE DE
GRUPOS DE AGRICULTORES FAMILIARES DO MUNICÍPIO DE
CRUZ DAS ALMAS - BAHIA**

Cruz das Almas - BA

2019

NAIANE DOS SANTOS DA SILVA

**CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO: UMA ANÁLISE DE
GRUPOS DE AGRICULTORES FAMILIARES DO MUNICÍPIO DE
CRUZ DAS ALMAS - BAHIA**

Trabalho de conclusão de curso submetido ao Colegiado de Graduação de Tecnologia em Agroecologia do Centro de Ciências Agrárias, Ambientais e Biológicas da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Agroecologia.

Orientadora: Ana Georgina Peixoto Rocha

Cruz das Almas - BA

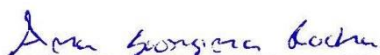
2019

NAIANE DOS SANTOS DA SILVA

**CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO: UMA ANÁLISE DE
GRUPOS DE AGRICULTORES FAMILIARES DO MUNICÍPIO DE
CRUZ DAS ALMAS - BAHIA**

Monografia defendida e aprovada pela banca examinadora

Aprovado em 20 / 02 / 2019



Prof.^a Dr.^a Ana Georgina Peixoto Rocha
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia



Prof.^a Dr.^a Alicia Ruiz Olalde
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia



Prof.^a Dr.^a Eliene Gomes dos Anjos
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

Dedico aos meus pais e irmãos,
Aurelina e Reginaldo,
Tatiane e Rafael.

AGRADECIMENTOS

A Deus, autor da vida, sem o qual nada teria sentido. Porque dEle e por Ele, e para Ele, são todas as coisas; glória, pois, a Ele eternamente.

Aos meus pais e irmãos por todo apoio e incentivo que me ajudaram a enfrentar as dificuldades diárias, por vocês eu desisti de desistir, eu continuei até que cheguei ao fim.

À Universidade Federal do Recôncavo da Bahia em Cruz das Almas, por me proporcionar viver o curso de Tecnologia em Agroecologia criando diversos laços de amizade e companheirismo entre docentes, discentes e funcionários.

A todos os docentes do curso de Agroecologia que participaram da minha vivência, e que a cada disciplina me ajudaram a ter melhor compreensão dos princípios agroecológicos.

À professora Ana Georgina que aceitou o desafio de me orientar e pacientemente conduziu esta pesquisa junto comigo, obrigada por seu auxílio e dedicação.

A todos os grupos que tive o prazer de fazer parte. O AGROVIDA grupo que para mim foi como o leite materno na vida acadêmica, onde tive o primeiro contato com a agricultura familiar e assistência técnica. O SOLO NAS ESCOLAS onde a professora Euzelina me apresentou novos horizontes, apresentando a importância da conservação do solo para estudantes do ensino fundamental. O PJAC programa que me levou a conhecer um pouco da realidade de agricultores familiares de outros municípios do Recôncavo. E o PET MATA ATLÂNTICA que chegou em tempo oportuno, não tenho palavras para expressar o quanto este grupo foi importante para a minha formação. Minha gratidão ao tutor Renato Almeida e a todos os petianos.

À Secretaria de Agricultura de Cruz das Almas, por me receber de braços abertos no período de estágio e durante a construção do meu TCC. A equipe da SEAMA foi essencial na construção desta pesquisa, gratidão ao diretor geral Noel Rosa por ser tão prestativo e disponível. Assim como, todos os agricultores familiares que me ajudaram a compreender melhor a agricultura familiar me confiando experiências pessoais, vocês são parte do sucesso desta pesquisa, sem vocês ela nem mesmo teria sentido.

Aos amigos que levarei para o resto da vida. Gratidão por todas as idas e vindas ao campo experimental, por cada pensamento e palavra positiva. As recordações já me trazem lágrimas aos olhos e sentimento de saudades, então encerro por aqui, gratidão eterna a vocês.

“Em uma agricultura capitalista, não pode haver permanentemente estabelecimentos abaixo do limiar de produtividade que permita remunerar terra, capital e força de trabalho a preços de mercado, ao passo que, em uma agricultura camponesa, um terço ou a metade dos estabelecimentos, ou até mais, encontram-se correntemente abaixo desse limiar; e esses estabelecimentos conseguem sobreviver por uma geração; chegam às vezes a se desenvolver, remunerando muito pouco, em relação aos preços de mercado, os fatores de produção que elas próprias possuem”.

(Mazoyer e Roudart, História das Agriculturas no Mundo.)

RESUMO

Visando o fortalecimento de modelos tradicionais de mercado e a autonomia do agricultor familiar redes alternativas de comercialização tem surgido em todo país. Buscando resistir aos padrões produtivos que dominam o mercado, esses novos espaços buscam promover o desenvolvimento da produção local respeitando a cultura, as tradições e a biodiversidade. Esta pesquisa propõe a análise da dinâmica dos espaços de comercialização em sistemas de circuitos curtos no município de Cruz das Almas Bahia, buscando refletir sobre os potenciais e os principais desafios existentes. Os circuitos curtos de comercialização são caracterizados pela aproximação do produtor rural com os consumidores através da venda direta dos seus produtos, promovendo a interação entre produtores e consumidores e fortalecendo a autonomia ao camponês. Através dessa pesquisa, apresentamos e discutimos três espaços de venda direta caracterizados como circuito curto: a feira itinerante promovida pela Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente (SEAMA), os espaços de comercialização direta da SEAMA em seus eventos e o grupo de consumo iniciado por um projeto de extensão na UFRB. Através da pesquisa de campo foram realizadas 10 entrevistas, com base em um roteiro semi-estruturado. Além destas entrevistas, a SEAMA nos cedeu dados de 17 agricultores que participaram da Festa da Agricultura Familiar e Economia Solidária, realizada no mês de junho de 2018 em Cruz das Almas. No total obtivemos dados de 27 entrevistados (17 agricultores entrevistados pela SEAMA, 6 entrevistados na ExpoFlores e 4 entrevistados do grupo de consumo). Através da análise dos espaços de comercialização direta no município percebe-se que os participantes dos espaços de circuitos curtos possuem potencial produtivo e reconhecem a autonomia adquirida através da venda direta dos seus produtos, porém, os agricultores ainda estão em fase de organização e os espaços de comercialização precisam de maior divulgação e apoio social.

Palavras-chave: Circuitos Curtos, Agricultura Familiar, Agroecologia.

ABSTRACT

Aiming at strengthening traditional market models and the autonomy of the family farmer alternative marketing networks has sprung up across the country. Seeking to resist the productive patterns that dominate the market, these new spaces seek to promote the development of local production respecting culture, traditions and biodiversity. This research proposes the analysis of the dynamics of commercialization spaces in short circuit systems in the municipality of Cruz das Almas Bahia, seeking to reflect on the potential and the main challenges. The short marketing circuits are characterized by the proximity of the rural producer with the consumers through the direct sale of their products, promoting the interaction between producers and consumers and strengthening the autonomy to the peasant. Through this research, we present and discuss three direct selling spaces characterized as short circuit: the itinerant fair promoted by the Ministry of Agriculture and the Environment (SEAMA), SEAMA's direct marketing spaces in its events and the consumer group initiated by a extension project at UFRB. Through the field research, 10 interviews were carried out, based on a semi-structured script. In addition to these interviews, SEAMA provided us with data on 17 farmers who participated in the Family Agriculture and Solidarity Economy Festival held in June, 2018 in Cruz das Almas. In total, we obtained data from 27 interviewees (17 farmers interviewed by SEAMA, 6 interviewees at ExpoFlores and 4 interviewees from the consumption group). Through the analysis of the direct marketing spaces in the municipality, it is noticed that the participants of the short circuit spaces have productive potential and recognize the autonomy acquired through the direct sale of their products, however, the farmers are still in the organizing phase and the spaces need greater dissemination and social support.

Key-words: Short Circuits, Family Farming, Agroecology.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANA – Articulação Nacional de Agroecologia

CEPAL – Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe

FAO – Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas

IES – Instituição de Ensino Superior

NAF – Núcleo de Agricultura Familiar

PAA – Programa de Aquisição de Alimentos

PIB – Produto Interno Bruto

PNAE – Programa Nacional de Alimentação Escolar

PRONERA – Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária

SEAMA – Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEI – Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia

UFRB – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

VAB – Valor Agregado Bruto

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	OBJETIVOS	15
2.1	OBJETIVO GERAL	15
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
3	REVISÃO DE LITERATURA	16
4	METODOLOGIA	24
5	RESULTADOS E DISCUSSÃO	26
5.1	HISTÓRICO DA AGRICULTURA FAMILIAR NO MUNICÍPIO	26
5.2	ESPAÇOS DE COMERCIALIZAÇÃO DIRETA NA CIDADE DE CRUZ DAS ALMAS	30
5.3	POTENCIAIS E GARGALOS ENFRENTADOS PELOS AGRICULTORES PARTICIPANTES NOS CIRCUITOS CURTOS EM CRUZ DAS ALMAS	41
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45
	ANEXOS	48

1 INTRODUÇÃO

A agricultura familiar é atualmente considerada como uma categoria de grande importância para o desenvolvimento socioeconômico brasileiro, responsável por parcela significativa da produção agrícola nacional. Pesquisas da Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI), afirmam a relevância da agricultura familiar, tendo como referência o ano de 2010, as coletas de mais de 300 produtos e serviços produzidos e/ou consumidos dentro da atividade agropecuária apontam que, em média, na Bahia o valor adicionado da agricultura familiar corresponde a 36,4% do valor adicionado da agropecuária.

Castro (2012), aponta a importante participação da agricultura na economia do Brasil, as extensas áreas agricultáveis são destaques no país, e o Nordeste se destaca na economia nacional possuindo a maior produção de banana e mandioca. Porém, o modelo convencional de produção promoveu um distanciamento entre produção, processamento e consumidor final. Na ausência da relação entre produtores e consumidores, surge a necessidade de garantias de qualidade dos alimentos, todavia o controle de qualidade institucionalizado vem gerando desconfianças em grande parte dos consumidores. (RENTING; MARSDEN; BANKS, 2003)

Visando fortalecer os modelos tradicionais de mercado e a agricultura camponesa, surgem as redes alternativas de comercialização. O principal objetivo dessas redes é a fuga dos padrões produtivos e mercantis impostos pelo sistema industrial. Essas novas formas de comercialização buscam promover o desenvolvimento local e a segurança alimentar, respeitando a cultura, as tradições, a biodiversidade e fortalecendo a autonomia do agricultor. (DAROLT et al, 2016). A Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) acredita que os circuitos curtos de comercialização são fundamentais para o fortalecimento dos sistemas de produção da agricultura familiar. (CEPAL, 2013).

Por meio dos circuitos curtos de comercialização promove-se o reestabelecimento da relação entre produtores e consumidores, resgatando a autonomia do camponês e fortalecendo a identidade de produtos locais, gerando benefícios econômicos, ambientais e socioculturais.

Nesse sentido, a presente pesquisa objetiva a análise da dinâmica da agricultura familiar inserida nos espaços alternativos de comercialização, identificando os potenciais e os principais desafios existentes. O espaço de análise foi o município de Cruz das Almas, no Território do Recôncavo, estado da Bahia, onde foi desenvolvida a pesquisa de campo.

O trabalho está dividido em quatro capítulos, além desta Introdução e das Considerações Finais. O segundo capítulo apresenta os objetivos do trabalho (geral e específicos). O terceiro capítulo apresenta a revisão de literatura, discutindo os circuitos curtos de comercialização, relacionando-os com o debate sobre a agricultura familiar e a agroecologia. O quarto capítulo trata da metodologia desenvolvida na pesquisa. E, por fim, no quinto capítulo, são discutidos os resultados da pesquisa de campo desenvolvida no município de Cruz das Almas com os agricultores familiares que participam de espaços alternativos de comercialização, caracterizados como circuitos curtos.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar a dinâmica dos espaços de comercialização direta em sistemas de circuitos curtos de comercialização no município de Cruz das Almas, estado da Bahia, buscando refletir sobre os potenciais e os principais desafios existentes.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar os circuitos curtos de comercialização no município, identificando aspectos como os pontos de venda, os produtos e o público consumidor;
- Discutir a prática da comercialização direta existente no município, identificando agricultores que se utilizam dessa forma de comercialização e analisando os seus benefícios e as vantagens de inserção nesses espaços;
- Identificar os potenciais e desafios da participação dos agricultores familiares nos circuitos curtos.

3 REVISÃO DE LITERATURA

Os mercados são entendidos como espaços de troca e interação idealizados a partir de uma construção social. Para Waquil, Miele e Schultz (2010), os mercados podem ser regidos por regras formais ou informais, onde as decisões são interferidas pelos preços, oferta e demanda.

A busca por novos mercados em paralelo ao aumento da produtividade acelerou o processo de instalação de novas tecnologias no campo. Os interesses em aumentar a produção de alimentos a fim de erradicar a fome mundial camuflaram as reais pretensões das multinacionais, a expansão do capitalismo. Assim, a expansão dos mercados invadiu muitos espaços que antes eram destinados às famílias camponesas.

A partir da década de 1960, os supermercados se desenvolveram de forma acelerada no Brasil. O consumo de alimentos processados aumentou, e a preferência do consumidor por alimentos com menor exigência no tempo de preparo acarretou na entrada e estabelecimento de várias empresas varejistas no mercado brasileiro. Pequenas empresas nacionais, grandes redes multinacionais, indústrias nacionais e estrangeiras expandiram a oferta de novos produtos no Brasil. O consumidor é ludibriado através de uma propaganda de conforto e comodidade ao encontrar todos os produtos da cesta básica em um único lugar e com variedade na oferta. (SESSO FILHO, 2003)

Os autores Renting, Marsden e Banks (2003) ressaltam que as indústrias alimentícias inovaram em busca de satisfazer as expectativas de consumidores com diferentes estilos de vida. Assim, surgem os alimentos enlatados em conserva, pré-lavados, pré-cozidos, pré-assados, alimentos “construídos” com base em demandas específicas, mas muitas vezes não atendendo aos padrões básicos de qualidade alimentar.

Uma das primeiras manifestações contra o modelo dominante da revolução verde surgiu através do livro intitulado *Primavera Silenciosa*, da escritora Rachel Carson (1962). A escritora questiona a confiança nas novas tecnologias inseridas no campo, abordando a contaminação da cadeia alimentar por produtos químicos inseridos na produção agrícola.

A preocupação social com a saúde, qualidade dos alimentos e bem-estar animal, além de escândalos envolvendo produtos alimentares, tem contribuído para o fortalecimento de redes alternativas. O modelo convencional de produção promoveu um distanciamento entre

produção, processamento e consumidor final, criando a necessidade de garantias de qualidade dos alimentos. Todavia, o controle de qualidade institucionalizado vem gerando desconfiças em grande parte dos consumidores. (RENTING; MARSDEN; BANKS, 2003)

Visando fortalecer os modelos tradicionais de mercado e a agricultura camponesa, surgem as redes alternativas de comercialização. O principal objetivo dessas redes é a fuga dos padrões produtivos e mercantis impostos pelo sistema industrial. Esses novos espaços de comercialização surgem a partir de um questionamento do modelo agroalimentar dominante e buscam promover o desenvolvimento local e a segurança alimentar, respeitando a cultura, as tradições, a biodiversidade e fortalecendo a autonomia do agricultor. (DAROLT et al, 2016)

Embora ainda não exista oficialmente no Brasil uma definição para circuitos curtos, segundo Messmer (2013), a definição oficial estabelecida em 2009 na França definiu esses circuitos como a prática de comercialização de produtos de origem agrícola exercida de forma direta (produtor-consumidor), ou com a mediação de até um intermediário. Redes de comercialização alternativas como os circuitos curtos promovem a valorização sociocultural através do restabelecimento de relações entre o produtor local e o consumidor final, facilitando o consumo de alimentos mais saudáveis e potencializando a agricultura familiar de base ecológica (DAROLT et al, 2016).

Bava (2012) ressalta que o essencial é o fortalecimento de iniciativas alternativas ao modelo de mercado dominante, alternativas que promovam o desenvolvimento dos atores locais, levando em consideração que este desenvolvimento não será possível baseando-se exclusivamente em uma atitude, ou seja, os circuitos curtos é uma das estratégias para a mudança. No estado do Rio de Janeiro, por exemplo, foram criadas feiras de comercialização, por iniciativa de órgãos públicos, movimentos sociais e consumidores que desejavam ter acesso facilitado a produtos orgânicos e da agricultura familiar.

Nos espaços de comercialização caracterizados como circuito curto, com os próprios agricultores vendendo os produtos, acontecem trocas de experiências, criam-se laços de confiança e igualdade, além da relação entre produtores e consumidores que os motiva a enfrentar as dificuldades que ainda encontram no dia-a-dia. (FONSECA et al, 2009).

Os circuitos curtos proporcionam ao agricultor um elevado nível de autonomia, o que difere dos circuitos longos, onde há a dependência das empresas que controlam o produto de interesse de acordo com suas demandas. Os produtores de base ecológica podem optar por várias formas de comercialização em circuitos curtos. No Brasil, as feiras e programas de

governo são canais frequentemente utilizados, porém há outras alternativas, como as cestas entregues a domicílio, restaurantes, cooperativas, lojas virtuais, entre outras. (DAROLT, 2013).

Para os autores Renting, Marsden e Banks (2003), há duas dimensões que descrevem a variedade de relações de consumo dos produtos vendidos por meio de cadeias curtas: a estrutura, ou seja, como são organizadas de forma a ampliar as relações de tempo e espaço e as variadas definições de qualidade do produto. Avaliando essas dimensões, são propostos pelos autores três tipos de cadeias curtas. O primeiro baseia-se na interação face-a-face, onde os produtos são comprados diretamente do produtor pelo consumidor, gerando uma relação de confiança pela interação pessoal; o segundo está baseado em relações de proximidade, ampliando o alcance das cadeias a longas distâncias no tempo e espaço através de cooperativas, lojas agrícolas, grupos de venda que se preocupam em repassar as informações da natureza dos produtos; já o terceiro tipo de cadeia curta são as que propõem estender ainda mais o alcance das cadeias comercializando os produtos para fora da região onde são produzidos, a exemplo de produtos de clima de regiões específicas como as uvas, maçãs, café, que podem ser identificados com selos contendo informações de produção, permitindo ao consumidor conhecer a sua identidade.

As características dos produtos de base familiar haviam se perdido em meio às novas tecnologias implementadas no campo. No entanto, nos últimos anos, movimentos de agricultores familiares, em decorrência dos impactos negativos da modernização da agricultura, têm lutado pelo retorno aos princípios de produção sustentável. (SOUZA, 2017)

Para resistir ao processo de modernização agrícola, no final da década de 1970, surgiram no Brasil muitos grupos pioneiros da agricultura de base ecológica. Essa luta pelo retorno às origens promoveu o fortalecimento dos princípios agroecológicos de produção. Além das famílias camponesas, o uso exacerbado de fertilizantes e defensivos químicos afetou diretamente o meio ambiente. A agroecologia é uma das alternativas que o camponês tem como ferramenta para a reconstrução da sua identidade no campo.

Nos anos 1990, foi iniciado o processo pelo qual agricultores passaram a serem vistos como agentes de transformação, não mais como receptores passivos de novas técnicas. Os conhecimentos e técnicas de produção que possuíam passaram a ganhar visibilidade para que fossem formados profissionais com capacidade técnica para atuarem no campo incentivando o retorno do modelo agroecológico de produção. Nos anos seguintes, as reflexões sobre o conhecimento agroecológico de produção foram ganhando força. (SOUZA, 2017)

O profissional em agroecologia deve estar munido de uma visão empreendedora para o homem do campo. Os circuitos curtos de comercialização como forma de resistência ao modelo dominante é uma das bandeiras que devem ser erguidas pelo agroecólogo, em defesa da agricultura familiar, da preservação ambiental e do consumo de alimentos saudáveis provenientes da produção local.

Em 1998, foi criado o Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária (PRONERA), e, com isso, movimentos sociais, professores e pesquisadores fortaleceram essa discussão dentro das Instituições de Ensino Superior (IES). A Articulação Nacional de Agroecologia (ANA) foi criada em 2002, assim, diversos cursos com enfoque agroecológico foram sendo formados e inseridos às Instituições de Ensino Superior.

A agroecologia então surge com proposta de resgate aos princípios ecológicos, sendo a base para as famílias do campo retornarem à posição de atores de suas histórias. A agroecologia tem apoiado a autonomia do homem do campo tanto na produção quanto na comercialização de seus produtos. Para Caporal, Costabeber e Paulus (2006), a agroecologia é entendida da seguinte forma:

É importante reter o entendimento da agroecologia como uma ciência do campo da complexidade. Uma ciência que, ao contrário dos esquemas cartesianos, procura ser integradora, holística e, por isso mesmo, mais apropriada como orientação teórica e prática para estratégias capazes de fazer avançar a construção de agriculturas mais sustentáveis e de modelos de desenvolvimento rural mais sustentáveis. A Agroecologia vai além da simples aproximação entre Agronomia e Ecologia. Deste modo, ademais de incorporar conhecimentos e saberes populares, são fundamentais os conhecimentos científicos oferecidos por diferentes disciplinas para o desenho de agroecossistemas e agriculturas mais sustentáveis, que é o que importa do ponto de vista da conservação do planeta e da sobrevivência das espécies. (CAPORAL; COSTABEBER; PAULUS, 2006)

Segundo Souza (2017), os principais objetivos do enfoque agroecológico nas IES é a formação de profissionais com visão crítica sobre o modelo convencional de produção, refletindo sobre a importância da produção da agricultura de base familiar. A transição agroecológica é a principal das iniciativas propostas pelo agroecólogo ao produtor rural, removendo gradativamente o uso de insumos externos na produção.

Os autores Engelmann e Floriani (2018) ressaltam que a formação profissional agrícola pode ser vista por outra perspectiva a partir da formação em agroecologia que traz para a academia discussões sobre a sustentabilidade agrícola, atrelando a formação às realidades

socioambientais locais. Através de uma perspectiva contra hegemônica, a agroecologia quebra paradigmas da agricultura moderna capitalista que subjuga os conhecimentos tradicionais da produção e comercialização de base familiar.

A agroecologia está diretamente relacionada aos saberes de agricultores locais, buscando incentivar a inter-relação entre os seres vivos e os recursos naturais através do manejo consciente, respeitando a diversidade e os saberes tradicionais. (PRIMAVESI, 2008)

Do ponto de vista da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO), a agricultura é uma herança e a agroecologia não deve ser vista como um investimento para mercantilização da propaganda de uma agricultura sustentável. A agroecologia é uma das iniciativas que apoiam o retorno e fortalecimento das práticas agrícolas que fortalecem a identidade camponesa, valorizando produtos com identidade local que estejam ao alcance de todos e promovam a integração social. (CEPAL, 2013)

Os conceitos, princípios e diretrizes para a formulação da política nacional da agricultura familiar são estabelecidos pela Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006. De acordo com a Lei, considera-se agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que:

- I - não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais;
- II - utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;
- III - tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo Poder Executivo;
- IV - dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família. (BRASÍL, 2006)

Segundo dados da Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI), a relevância da agricultura familiar é indiscutível. Tendo como referência o ano de 2010, as coletas de mais de 300 produtos e serviços produzidos e/ou consumidos dentro da atividade agropecuária apontam que, em média, na Bahia, o valor adicionado da agricultura familiar corresponde a 36,4% do valor adicionado da agropecuária, apesar dos declínios ao longo do período de análise (2010-2015).

Nos Territórios de Identidade do estado, a agricultura não familiar tem predominado: em 2015, dos 27 territórios, apenas 10 registraram predominância da agricultura de base familiar. Os cinco territórios com maior participação da agricultura familiar são Itaparica

(82%), Chapada Diamantina (72%), Metropolitano de Salvador (71%), Bacia do Paramirim (68%) e Piemonte da Diamantina (64%). As principais atividades nesses territórios são relacionadas à agricultura (mandioca, cana-de-açúcar e feijão) e à criação de bovinos e outros animais. Nos territórios onde há menor predominância da agricultura familiar registraram-se valores entre 11% e 23% de participação, onde predomina a produção de grãos em grande parte para exportação. (SEI, 2018)

Ainda segundo a pesquisa da SEI (2018), a expansão da agricultura comercial baiana é um dos fatores que acarretaram na queda da representação da agricultura familiar no estado, além da seca que desde 2011 tem atingido a Bahia, sendo que os pequenos agricultores são mais vulneráveis às condições climáticas, pois a agricultura comercial dispõe de diversos recursos que lhe apoia em situações adversas. Assim, torna-se preocupante o esvaziamento das zonas rurais, a concorrência com os grandes mercados e a produção intensiva para exportação, o que pode acarretar na redução da oferta de alimentos agrícolas de qualidade para a população. É, portanto, indispensável o fortalecimento da agricultura familiar através de ações que promovam a valorização de seus produtos promovendo espaços de comercialização e conscientização social.

Jacoby (2014) relatou que cerca de 50% da alimentação das famílias no México são de alimentos industrializados. Entre 1984 e 1998, o consumo de frutas e verduras no país teve redução de 30%, enquanto o consumo de carboidratos refinados e sódio subiram 8% e 35%, respectivamente. No Reino Unido, esse percentual é ainda maior: cerca de 60% da alimentação das famílias são de alimentos processados. Já no Brasil, pesquisas realizadas em 1987 registraram que 21% dos produtos consumidos eram processados e 77% correspondia a produtos naturais. Em 2009, o consumo de industrializados aumentou em 10% no país. (CEPAL, 2013)

Após 11 anos o governo faz um novo levantamento de dados da produção brasileira. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no censo agropecuário de 2017 registrou 5.072.152 estabelecimentos agropecuários, 2% a menos que em 2006. A área ocupada com atividade agropecuária é de 350,2 milhões de hectares, 5% a mais comparando-se ao registro anterior. O número de trabalhadores na agropecuária diminuiu para 15,036 milhões de pessoas, 1,5 milhão a menos se comparado ao último censo. Houve crescimento no número de mulheres no campo: são 945.490 mil produtoras, o que corresponde a 18,6%; em 2006, esse percentual foi de 12,7%. Também houve aumento no uso de defensivos agrícolas em 20,4%. (IBGE, 2017)

Segundo Guzzati et al (2014), no Brasil, os programas públicos como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) impulsionaram a venda direta dos produtos da agricultura familiar beneficiando muitas famílias rurais, porém, na maioria dos casos não há aproximação do produtor com as instituições que adquirem os produtos, há, portanto, um distanciamento entre fornecedores e receptores que, segundo o autor, deve ser corrigido. Apesar disso, os mercados institucionais são, também, caracterizados como circuitos curtos de comercialização e devem ser entendidos como um espaço diferenciado para a venda de produtos da agricultura familiar.

Segundo Castro (2012), a agricultura tem um histórico de importante participação na economia do Brasil, as extensas áreas agricultáveis são destaques no país, e o Nordeste se destaca na economia regional possuindo a maior produção de banana e mandioca, possuindo, também, uma diversidade de culturas plantadas, apesar da dificuldade com recursos hídricos em épocas secas do ano.

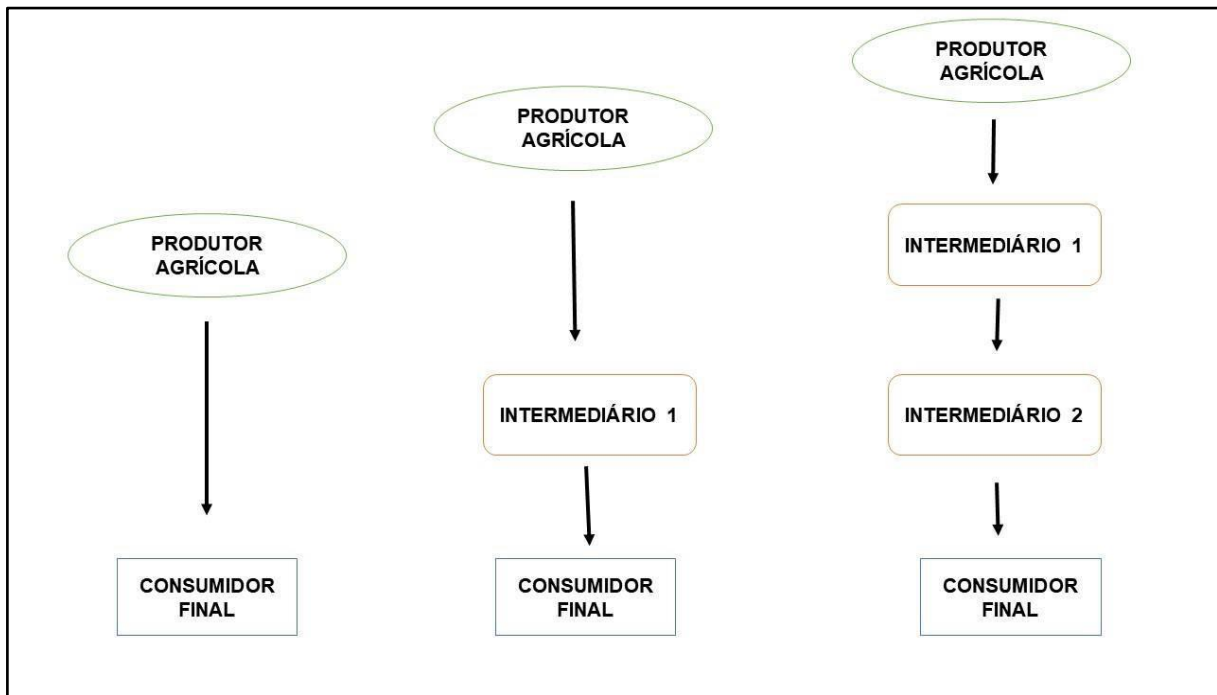
A Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) acredita que os circuitos curtos de comercialização são fundamentais para o fortalecimento dos sistemas de produção da agricultura familiar. (CEPAL, 2013)

Como já colocado, a comercialização caracterizada como circuito curto beneficia os produtores de diversas formas, um dos benefícios é o valor justo recebido por comercializarem os produtores diretamente para os consumidores ou com a ação de, no máximo, um intermediário.

O modelo de comercialização denominado circuito longo caracteriza-se pela existência de vários intermediários entre o produtor e o consumidor. Este modelo gera retorno insatisfatório na agricultura de base familiar, visto que o produtor é quem menos lucra com a venda dos produtos.

Segundo Darolt et al (2016), quanto maior o número de intermediários entre produtores e consumidores, maior se torna o circuito do produto. Assim, a diferença básica entre circuitos curtos e longos de comercialização é o número de intermediários entre a produção e o consumo.

Gráfico 1: Dinâmica de crescimento dos circuitos de comercialização.



Fonte: Elaboração própria.

No Brasil, os espaços de circuitos curtos têm crescido, mas ainda são escassas as pesquisas realizadas sobre estes espaços. A depender da região, ou da definição que o próprio grupo adota, a venda direta dos produtos pode ser denominada de diferentes formas: circuitos curtos, circuitos de proximidade, circuitos locais, sistemas alternativos, redes agroalimentares, redes alternativas, canais curtos de comercialização, cadeias curtas, redes alimentares alternativas, cadeias agroalimentares curtas de abastecimento, circulação curta, entre outras.

Em análise comparativa entre a França e o Brasil, Darolt et al (2016) notaram níveis de desenvolvimento de circuitos curtos bastante desiguais. Os pontos de venda coletiva e as associações de consumidores que na França foram classificados como muito desenvolvidos, no Brasil nem sequer existiam (atualmente já existem, concentrando-se nas regiões Sul e Sudeste). As lojas de produtos orgânicos independentes e pontos de acolhida em propriedades (com gastronomia, alojamento etc.) também são classificados pelos autores como muito desenvolvidos na França, já no Brasil, a classificação é pouco desenvolvida. As redes de comercialização e as feiras de produtores (orgânicos/agroecológicos) são no Brasil os circuitos com maior classificação. Segundo os autores, a escolaridade dos agricultores, a renda familiar e a conscientização dos consumidores na França são fatores que justificam o nível mais elevado no desenvolvimento das redes. Tais fatores permitem maior organização dos agricultores e mais iniciativas que permitem atingir níveis mais elevados de desenvolvimento comparado ao Brasil.

A baixa renda das famílias rurais tem colaborado, significativamente, para o êxodo rural. O saldo adquirido através da venda dos produtos agrícolas, em alguns casos, não tem sido suficiente para sustentar as famílias o que acarreta na necessidade de deslocamento da zona rural para a urbana em busca de oportunidade de emprego. A maioria das famílias que resiste no campo precisa participar de mais de um espaço de comercialização para atender às suas necessidades. Nesse sentido, os circuitos curtos têm sido entendidos como uma estratégia de fortalecimento dos agricultores familiares, através da criação de novos espaços de comercialização.

Nos espaços de venda direta, os feirantes trocam experiências criando laços de confiança e igualdade, a relação entre produtor e consumidor promove a motivação para enfrentar as dificuldades encontradas no campo. Esses espaços envolvem valores culturais e simbólicos, não sendo limitados apenas aos aspectos econômicos.

4 METODOLOGIA

Visando atender aos objetivos propostos, a pesquisa foi desenvolvida com base em dados secundários e primários. A análise da inserção da agricultura familiar nos espaços de comercialização direta foi feita através de uma abordagem qualitativa, buscando-se caracterizar essas novas formas de comercialização para a agricultura familiar e discutir suas possibilidades de desenvolvimento.

Analisou-se os espaços e grupos de comercialização direta existentes no município de Cruz das Almas, no Território do Recôncavo, estado da Bahia. Foram abordados, através desta pesquisa, os impactos e adversidades, entre as questões comerciais, sociais e culturais, apontando os potenciais e principais desafios para a participação dos agricultores nos circuitos curtos.

Em um primeiro momento, realizamos a revisão de literatura, em busca de dados secundários atuais e históricos sobre a agricultura familiar e sobre a questão da comercialização. Colhemos informações da Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente de Cruz das Almas, utilizamos dados de pesquisas realizadas recentemente sobre a feira livre da cidade, dados do

último censo agropecuário do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e da Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI).

Os dados primários foram obtidos através da realização de entrevistas com o intuito de conhecer a participação dos agricultores familiares que estão comercializando de forma direta no município de Cruz das Almas, caracterizando as formas de comercialização direta e identificando as possíveis dificuldades encontradas em relação à produção, formas de manejo e a própria comercialização dos produtos.

Através dessa pesquisa, apresentamos e discutimos no trabalho três espaços de venda direta caracterizados como circuito curto no município de Cruz das Almas: a feira itinerante promovida pela Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente (SEAMA), os espaços de comercialização direta da SEAMA em seus eventos e o grupo de consumo iniciado por um projeto de extensão na UFRB.

Na pesquisa de campo foram realizadas 10 entrevistas, com base em um roteiro semi-estruturado (Anexo 1). No primeiro momento, foram feitas entrevistas com 6 agricultores familiares que participaram da ExpoFlores, evento promovido no mês de outubro pela SEAMA. No segundo momento, entre os meses de janeiro e fevereiro de 2019, foram realizadas entrevistas com 4 agricultores familiares que participam do Grupo de Consumo do Recôncavo, fruto de um projeto de extensão da UFRB.

A SEAMA cedeu dados de 17 agricultores que participaram da Festa da Agricultura Familiar e Economia Solidária, que aconteceu no mês de junho de 2018 em Cruz das Almas, na qual foram aplicados questionários para conhecer o perfil socioeconômico dos participantes do evento. Realizou-se ao longo de nove semanas, entre os meses de maio a agosto de 2018, o acompanhamento das atividades da SEAMA de Cruz das Almas, com a finalidade de atender às demandas da disciplina Vivência e Práticas em Agroecologia. Em função disso, foi possível acompanhar a aplicação desses questionários e ter acesso aos dados.

No total, obtivemos dados de 27 entrevistados (17 agricultores entrevistados pela SEAMA, 6 entrevistados na ExpoFlores e 4 entrevistados do grupo de consumo).

Através do acompanhamento das atividades da SEAMA realizamos também visitas a comunidades rurais, participamos de eventos e espaços de capacitação com agricultores familiares. Fomos inseridos nos espaços de comercialização direta promovidos pela secretaria em distintos eventos realizados ao longo do ano. Acompanhamos atividades como entrega de

sementes crioulas em comunidades rurais, reuniões com agricultores para a construção conjunta da associação da comunidade e cursos de capacitação.

Foram realizadas visitas a pontos de venda direta como a feira itinerante que percorre bairros da cidade de Cruz das Almas. Nessa oportunidade, conversamos com os agricultores participantes da feira itinerante. Abordamos questões como as vantagens e desvantagens de venderem os produtos de forma direta, as dificuldades que eles enfrentam e observamos os produtos que estavam à venda.

A pesquisa de campo nos permitiu construir um diagnóstico através das informações coletadas, participação em eventos, observação do comportamento dos agricultores nos espaços e visitas às comunidades rurais. A partir dessas informações, foi realizada uma análise qualitativa dos espaços de comercialização direta estudados.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 HISTÓRICO DA AGRICULTURA FAMILIAR NO MUNICÍPIO

O município de Cruz das Almas possui uma população de 58.606 pessoas, segundo o último Censo Demográfico do IBGE (2010). Desse total, 49.885 pessoas residem na zona urbana e 8.721 moram na zona rural, representando um grau de urbanização de 85%. A estimativa para o ano de 2018 é de 62.871 habitantes, com uma densidade demográfica de 402,12 hab./km². O município faz parte do Território de Identidade Recôncavo, com área da unidade territorial de 139,117 km² (IBGE, 2017).

Ainda de acordo com os dados do Censo 2010 do IBGE, Cruz das Almas compreendia 14.791 domicílios urbanos e 2.411 domicílios rurais, com registro de 1.436 estabelecimentos agropecuários.

Segundo dados da SEI (2016), Cruz das Almas foi um dos municípios com maior Produto Interno Bruto (PIB) do Recôncavo em 2013, ficando em segundo lugar com o valor de R\$ 772 milhões, atrás apenas do município de Santo Antônio de Jesus (R\$1,6 bilhão).

O município de Cruz das Almas apresentou destaque na balança comercial do Território de Identidade Recôncavo entre os anos de 2012 e 2015, exportando para países como Indonésia e Holanda, entre outros. O fumo natural e manufaturado, calçados para uso em indústrias e frutas cítricas secas e naturais, são alguns dos produtos em destaque. Foi ainda o município com maior Valor Agregado Bruto (VAB) da agropecuária, representando 10,9% no setor primário do Território em 2014. (SEI, 2016)

Segundo Costa (2017), no município de Cruz das Almas, a agricultura é bastante diversificada, e mesmo enfrentando dificuldades relacionadas aos preços dos produtos que muitas vezes são inferiores ao investimento feito na produção, os agricultores familiares apresentam, basicamente, 6 (seis) sistemas de produção agrícola: cultivo de culturas de ciclo curto em hortas; cultivo de mandioca consorciado com produtos de ciclo curto; criação de gado; produção de citrus; cultivo de mandioca alternando com inhame e o cultivo do fumo alternando com produtos de ciclo curto. Segundo o autor, no município, há demanda por espécies olerícolas como cebola, alho, cenoura, pimentão, tomate, entre outras, e grande parte desses produtos que são vendidos na feira livre da cidade e em outros espaços de venda são provenientes de outras regiões.

A agricultura é uma das práticas mais antigas da humanidade. Cultivar o próprio alimento como técnica de sobrevivência possibilitou ao ser humano construir moradia fixa, deixando de ser nômades.

Através do excedente de produtos agrícolas cultivados pelo homem para o próprio consumo foram iniciadas as feiras de troca, criando espaços de trocas de produtos por volta do século XI. Esses espaços foram ampliados e ganharam força a partir do século XVI. O principal objetivo era reunir produtores com os excedentes de suas produções e promover a troca de mercadorias, tendo apenas função comercial. Os espaços foram chamados de feiras, as quais deram origem aos povoados e posteriormente às cidades. (SILVA, 2006).

Em Cruz das Almas, há dois espaços de feira livre, a feira do centro da cidade e a feira do bairro da Coplan, ambas geridas pela prefeitura do município. A feira livre é um indiscutível ponto de referência em vendas e encontros, importante para diversas famílias de agricultores, rica em variedade de produtos, interação social, e manifestações populares, e apesar da concorrência com os mercados que a cercam, tem resistido e contribuído de forma significativa para a economia do município.

As feiras são compostas por famílias de agricultores que, em sua maioria, retiram das vendas a única fonte de renda da família, mas há também pessoas residentes da zona urbana que possuem barracas ou revendem produtos nas feiras, assim como pessoas iniciando no mercado de trabalho que são contratadas como vendedores. A feira livre é um importante espaço de fonte de renda e geração de empregos. O comércio é o setor que mais gera empregos em Cruz das Almas. (SILVA, 2018)

A feira livre da cidade ocorre com maior fluxo nas sextas-feiras e aos sábados. Muitos agricultores familiares encontram dificuldades em serem inseridos neste espaço de comercialização, fato que demonstra que as feiras já não são um espaço restrito aos agricultores.

Além dos espaços da feira estarem lotados de barracas de camelô, existe a concorrência com feirantes de outras cidades que acabam disputando preço. A maioria dos agricultores na feira livre já possuem clientes fixos, por causa dos anos de experiência. Nos espaços mais estruturados da feira, há taxas a serem pagas mensalmente. E a falta de transporte próprio também é uma dificuldade que tem limitado o deslocamento da mercadoria em muitos casos.

A feira principal localizada no centro da cidade de Cruz das Almas possui área de 7,011 m² e pode ser subdividida em quatro grupos, segundo Silva (2018), em pesquisa realizada com 262 feirantes da cidade. Os comerciantes de frutas, verduras legumes, camarões, azeite, amendoim torrado representam 4,03%; e os boxes fixos utilizados pelos comerciantes de cereais e farinha, além dos bares, mercearias, armarinhos, lojas de embalagens e outros somam 19,08% do total; 407 pontos de venda (49,75% de um total de 818 pontos) são de agricultores que comercializam seus produtos às sextas e aos sábados, enfrentando muitas dificuldades em relação à logística e infraestrutura precária. De acordo com essa pesquisa realizada em 2011, a feira livre de Cruz das Almas recebe pessoas de, pelo menos, 10 cidades/zona rural circunvizinhas.

Tabela 1: Número de participantes da feira livre de Cruz das Almas de acordo com suas cidades e local de moradia.

CIDADE	TOTAL DE FEIRANTES	ZONA RURAL	ZONA URBANA
Cruz das Almas	185	105	80
Governador Mangabeira	1	0	1
Santo Estêvão	4	2	2
Cabaceiras do Paraguaçu	11	4	7
Muritiba	11	11	0
Maragojipe	17	0	17
Queimadas	1	0	1
Sapeaçu	1	0	1
Feira de Santana	7	-	-
São Felix	8	0	8
São Felipe	16	2	14
Total	262	124	131

Fonte: Adaptado de Silva (2018)

A maioria dos feirantes que comercializa no município de Cruz das Almas, como demonstra a Tabela 1, é morador do próprio município e reside em zonas rurais da cidade, porém, considera-se alto o número de feirantes que reside na zona urbana, caracterizando comerciantes revendedores ou atravessadores. Segundo Silva (2018), 37% dos produtos comercializados pelos feirantes são provenientes de outros municípios, 32% são de produção própria e 23% comercializam parte de outros municípios e outra parte da própria produção.

Dos 262 entrevistados, 37 comercializam também em feiras de outras regiões, sendo Muritiba a cidade com maior destaque. Dos feirantes que se deslocam para outras cidades, 70% são de produtores que não possuem barraca nem espaço fixo de comercialização, expondo seus produtos em caixotes, lonas, papelões e às vezes em cima do próprio transporte.

Tratando-se da renda dos feirantes, Silva (2018) verificou que 56% dos entrevistados tem o comércio na feira livre como única fonte de renda e 44% atuam na feira como complementação da aposentadoria ou de outras atividades econômicas.

Essa pesquisa revelou ainda que 64% de 262 entrevistados obtém até 1 salário mínimo com a comercialização na feira livre, valor relativamente baixo, já que essa é a única fonte de renda para a maioria das famílias, que além dos custos com transporte, ainda pagam entre R\$11,00 e R\$20,00 mensalmente para ocuparem espaços da feira. (SILVA, 2018)

5.2 ESPAÇOS DE COMERCIALIZAÇÃO DIRETA NA CIDADE DE CRUZ DAS ALMAS

Nesse tópico, são discutidos os três espaços de comercialização direta voltados para a agricultura familiar pesquisados em Cruz das Almas: a feira itinerante, os eventos específicos e o grupo de consumo. A feira itinerante e os eventos são iniciativa do poder público local; já o grupo de consumo foi criado a partir de um projeto de extensão. Buscou-se caracterizar a participação dos agricultores familiares nesses espaços, identificando dificuldades e desafios, bem como as vantagens.

Coordenar a política agrícola do município prestando assistência aos produtores rurais, fiscalizando e auxiliando a produção e venda dos produtos são deveres da Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente (SEAMA). A Lei Orgânica de Cruz das Almas descreve os deveres do município para com os agricultores familiares.

É dever do município garantir à pequena e média produção:

- I - Serviços de assistência técnica gratuita, mantida pelo Estado com o objetivo de fomentar o aumento da produção e produtividade, organizar a produção, racionalizar o uso dos recursos naturais e preservação do meio ambiente;
- II - Aquisição de "patrulhas-mecânicas", com máquinas e equipamentos próprios ao preparo do solo e plantio;
- III - Distribuição de sementes e insumos necessários à produção. (Cruz das Almas, 2002, p. 106)

Assim, o poder público, através da secretaria de agricultura, tem buscado criar estratégias para inserir famílias rurais em espaços de venda direta no município de Cruz das Almas, com o objetivo de promover visibilidade e fortalecer a agricultura familiar e os produtos locais.

Um dos espaços diferenciados de circuitos curtos para a agricultura familiar em Cruz das Almas é a feira itinerante, iniciativa do poder público local.

A proposta de uma feira itinerante que percorresse os bairros da cidade de Cruz das Almas surgiu na gestão de 2012, anterior à do atual secretário de agricultura que assumiu em 2016. Ao assumir o cargo, o então secretário de agricultura, junto com a equipe da SEAMA, deu continuidade ao projeto.

O diretor geral da SEAMA relatou que inicialmente foram encontrados 20 registros de cadastros de pessoas interessadas em comercializarem seus produtos através do projeto da feira itinerante, porém, apenas 15 estavam ativos na feira. Atualmente, o diretor geral nos informou que há apenas 6 agricultores participando de forma ativa na feira, e são diversos os motivos do decréscimo no número de participantes.

A feira itinerante hoje conta com a participação de 6 agricultores e ocorre toda semana, às terças e quintas-feiras, em cinco pontos da cidade, são eles: Praça dos Artífices, Praça do Soldado, Praça da Mata, Praça do Inocoop e no Bairro da Coplan. A SEAMA disponibiliza as barracas que são montadas no local antes da chegada dos agricultores e um transporte para os agricultores que têm dificuldades com deslocamento, porém nos foi relatado pelos agricultores que o transporte nem sempre está disponível.

Durante o período de estágio na secretaria de agricultura tivemos a oportunidade de conhecer um pouco da rotina no espaço de comercialização da feira itinerante. Notamos que, apesar do pequeno número de agricultores, havia diversidade na oferta de produtos: ovo caipira, hortaliças, frutas da estação, doces, biscoitos de goma, banana, laranja, entre outros. Em diálogo com os agricultores tivemos conhecimento de algumas das dificuldades enfrentadas por eles.

A falta de transporte para deslocamento é a dificuldade mais apontada, pois nem sempre há transporte disponibilizado pela secretaria de agricultura, então eles precisam fretar um automóvel para deslocamento dos produtos até o local da feira, visto que todos são residentes da zona rural. A falta de banheiros também é um problema, os agricultores passam o dia todo no local, onde na maioria das vezes não possui banheiro público, os locais muitas vezes são distantes de lojas ou pontos de comércio onde eles poderiam utilizar o banheiro. A ausência de cadeira também traz desconforto, os agricultores relataram que quando ficam em bairros que possuem praça, as barracas ficam próximas aos bancos onde podem se sentar, do contrário, eles precisam improvisar um assento.

O período chuvoso é bastante conturbado para os participantes da feira itinerante, segundo eles, as barracas são muito estreitas e a cobertura não é suficiente para proteger a mercadoria da chuva, além de molhar os próprios agricultores.

Outro problema relatado foi relacionado à divulgação da feira itinerante. A feira ocorre às terças e quintas-feiras, a cada semana em um local diferente da cidade, assim, é necessário que haja divulgação prévia para que os moradores dos arredores possam estar cientes e se programarem para comparecer à feira. Segundo os agricultores, normalmente quando há divulgação é via redes sociais, o que para eles não é suficiente para alcançar o público alvo, a proposta deles seria toda semana anunciar via carro de som para que os moradores do bairro onde a feira estará sejam avisados.

A falta de divulgação acarreta na venda insatisfatória dos produtos e conseqüentemente no baixo retorno financeiro para os agricultores. Quando questionados acerca da sobrevivência das famílias através da comercialização dos produtos agrícolas, os agricultores explicaram que, além da feira itinerante, participam dos eventos promovidos pela SEAMA e alguns comercializam na feira livre, não sendo possível se manter apenas com o lucro da feira itinerante, pois a venda é incerta, depende do local e do clima, visto que em épocas chuvosas as vendas caem devido à falta de infraestrutura para receber os clientes.

Através das visitas e diálogos com os agricultores da feira itinerante notamos dificuldades relacionadas à organização e gestão financeira. A maioria dos agricultores não possui nenhum tipo de anotação sobre investimentos e lucros. Notamos potencial na produção, havia diversidade de frutas, hortaliças, doces, e muitos deles já contendo embalagens com informações de identidade do produto. Os agricultores são bastante receptivos, comunicativos com os clientes e, sobretudo, esforçados.

Segundo Darolt (2013), é possível que a aproximação da comunidade rural e urbana colabore com o fortalecimento da comercialização de produtos locais de forma direta, o qual é um modelo de consumo alimentar ecologicamente correto e milenar, podendo ser esta a melhor forma de reconectar produtores e consumidores, impulsionando assim o desenvolvimento local.

A Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente (SEAMA) do município de Cruz das Almas realiza vários eventos durante o ano. Nestes eventos são reservados espaços exclusivos para grupos de agricultores familiares, cooperativas e associações comercializarem seus produtos. No ano de 2018, foram observados dois eventos em especial, onde foram coletadas informações dos agricultores sobre a autonomia na comercialização de seus produtos.

O primeiro evento observado aconteceu no mês de junho durante os festejos juninos na praça Senador Temístocles, local da festa principal. Barracas foram disponibilizadas no espaço destinado à Festa da Agricultura Familiar e Economia Solidária. O espaço foi reservado com o propósito de comercialização de produtos e comidas típicas da região durante os festejos juninos, época em que a cidade recebe muitos turistas. Além desses produtos, muitos grupos de artesãos e bordadeiras fizeram-se presentes.

Foram registrados 52 comerciantes na Festa da Agricultura Familiar e Economia Solidária, sendo 35 identificados como representantes de grupos da economia solidária e 17 como agricultores familiares.

Para ter direito a uma barraca no espaço da festa os interessados tiveram que realizar uma inscrição na sede da secretaria de agricultura, e na oportunidade foi realizada a aplicação de um questionário avaliando o perfil socioeconômico dos agricultores que frequentemente estão presentes nesses espaços promovidos pela SEAMA.

Analisando os dados do questionário, nota-se que a maioria dos agricultores são homens, apenas 7 dos 17 entrevistados são mulheres. Em relação ao local de residência, 9 residem na zona urbana e 8 na zona rural. Em relação à responsabilidade no sustento da família, 14 do total de entrevistados se declararam responsáveis pelo próprio sustento e parcialmente pelo da família, como apresentado na Tabela 2.

Tabela 2: Responsabilidade financeira familiar dos 17 agricultores participantes da Festa da Agricultura Familiar e Economia Solidária

Responsabilidade financeira	Entrevistados
É sustentado pela família	2
Sustentado parcialmente	1
Trabalha para o próprio sustento e parcialmente pelo da família	14

Fonte: SEAMA, 2018

A maioria das famílias possuem entre 2 e 5 membros, conforme Tabela 3.

Tabela 3: Composição familiar dos 17 agricultores participantes da Festa da Agricultura Familiar e Economia Solidária

Composição da Família	Entrevistados
Mora sozinho	1
2 a 3 pessoas	8
4 a 5 pessoas	7
6 a 7 pessoas	0
8 a 9 pessoas	1

Fonte: SEAMA, 2018

Dos 17 entrevistados, 10 se declararam autônomos, sendo produtores e vendedores da própria produção agrícola, há os que complementam a renda com a venda dos produtos nos eventos e os que ajudam os pais ou revendem produtos de terceiros.

Tabela 4: Atuação profissional dos 17 agricultores participantes da Festa da Agricultura Familiar e Economia Solidária

Atuação Profissional	Entrevistados
Apenas trabalha	10
Apenas estuda	1
Trabalha e estuda	3
Aposentado	1
Desempregado	2

Fonte: SEAMA, 2018

A maioria das famílias sobrevive com menos de 2 salários, sendo que 6 dos 17 entrevistados declararam possuir no final do mês menos de 1 salário mínimo, conforme Tabela 5, para sustentar a família que varia entre 2 a 5 pessoas.

Tabela 5: Renda individual dos 17 agricultores participantes da Festa da Agricultura Familiar e Economia Solidária

Renda Individual	Entrevistados
Menos de 1 salário mínimo	6
De 1 a menos de 2 salários	9
De 2 a menos de 3 salários	1
De 3 a menos de 4 salários	0

Fonte: SEAMA, 2018

Esses dados contribuem para conhecer quem são os agricultores familiares que participam desses eventos. Os dados demonstram o quanto os espaços de venda direta são importantes para os agricultores.

Outro evento promovido pela SEAMA foi a ExpoFlores. Em outubro de 2018, foi realizada a décima edição do evento em Cruz das Almas. Além da exposição de flores de comerciantes da cidade e região, o evento abre espaço também para artesãos e agricultores familiares.

Foram disponibilizadas 150 barracas na praça principal da cidade para os expositores e agricultores participantes do evento. Foram comercializados produtos da agricultura familiar, artesanato, plantas e flores, além da gastronomia própria da região. Além da comercialização desses produtos, a SEAMA promoveu espaços para cursos e palestras, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB).

A maioria dos expositores era comerciantes de flores e artesãos. Dentre os expositores, identificamos 6 agricultores familiares que foram comercializar seus produtos.

Realizou-se aplicação de questionário com os 6 agricultores que estavam comercializando seus produtos agrícolas no evento: 5 deles são residentes da zona rural, 2 vivem exclusivamente da venda dos produtos agrícolas, e os demais declararam possuir algum outro tipo de renda. Cinco deles afirmaram que a comercialização dos produtos da agricultura familiar é a principal renda da família. Do total de entrevistados, 5 participam da associação da comunidade onde moram.

Ao serem questionados sobre quais locais eles frequentam para comercializarem seus produtos, a maioria declarou ter a necessidade de frequentar mais de um espaço de comercialização para conseguir obter uma renda satisfatória para a família, uma estratégia comum da agricultura familiar. A Tabela 6 evidencia essa diversidade de espaços de comercialização dos agricultores entrevistados. Os agricultores também vendem seus produtos por meio de atravessadores e na própria residência.

Tabela 6: Espaços de comercialização frequentados pelos 6 agricultores entrevistados na ExpoFlores

Locais de comercialização	Entrevistados
Feira Municipal	4
Eventos	6
Grupo de venda	4
Outros	2

Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

Tratando-se de valores, os agricultores afirmaram que o preço do produto pode mudar de acordo com o espaço de venda, pois o perfil do cliente muda. Segundo eles, onde há menos concorrência o valor pode ser maior, pois a valorização do produto aumenta.

Tabela 7: Espaços onde os 6 agricultores consideram vender os produtos por maior valor.

Locais onde o produto tem MAIOR valor	Entrevistados
Feira Municipal	2
Eventos	5
Grupo de venda	3
Outros	2

Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

De acordo com os entrevistados, nos eventos da SEAMA o público tem maior consciência da importância e do valor da agricultura familiar. Isso pode estar associado à conscientização promovida pela secretaria de agricultura; o marketing na divulgação valoriza o produto beneficiando os agricultores.

Muitos consumidores ao se dirigirem às barracas desejam ter informações sobre as formas de manejo da produção. Ao serem informados sobre as práticas agroecológicas, já utilizadas por alguns dos agricultores, os consumidores sentem-se mais seguros para adquirirem os produtos. A participação dos agricultores nos espaços de comercialização tem promovido aproximação com os consumidores construindo um processo de confiança.

Respondendo às entrevistas, os agricultores familiares relataram ter problemas com pragas e/ou doenças em seus cultivos, 4 dos 6 entrevistados disseram enfrentar esses problemas frequentemente. Apenas 2 dos entrevistados afirmaram receber assistência técnica pelo menos uma vez por ano.

Em relação à comercialização através dos circuitos curtos, os agricultores afirmaram ser mais vantajoso para eles. Segundo os entrevistados, passar os produtos para intermediários gera menos retorno financeiro, além de limitar o contato com os clientes. O modelo de comercialização direta permite a interação com o consumidor, gerando clientela fixa e promovendo propaganda do próprio negócio.

Os agricultores expressaram algumas dificuldades que enfrentam diariamente para que possam vender seus produtos. A reclamação mais frequente é relacionada à falta de transporte para deslocamento, principalmente dos que residem na zona rural, não possuindo nenhum tipo de automóvel, eles precisam pagar para que alguém possa transportar a mercadoria até o local de venda, sendo retirado o valor do lucro obtido. Segundo um dos entrevistados, às vezes após pagar pelo transporte o valor que sobra não compensa o dia de trabalho. A concorrência, que muitas vezes os obriga a abaixarem os preços, também é um empecilho, visto que para eles é melhor abaixar o preço do que voltar com os produtos para casa, assim, acabam cedendo ao pedido do cliente.

Três dos entrevistados afirmaram já ter participado do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) ou do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). A maioria dos agricultores vive apenas com a renda da comercialização de seus produtos, assim, torna-se necessário estarem inseridos em vários canais de comercialização. Toda oportunidade de

relações comerciais é bem-vinda, para eles quanto mais espaço disponível mais chances de proporcionar conforto para a família.

Outro espaço identificado em Cruz das Almas em que ocorre a comercialização direta de produtos da agricultura familiar é um grupo de consumo. Os grupos de consumo têm sido criados através da iniciativa de produtores e consumidores que se organizam de forma coletiva agregando ao ato da compra preocupações sociais e ambientais. Essa forma de comercialização é mais uma das alternativas inversas ao modelo de mercado dominante, pois busca encurtar o percurso dos produtos estreitando as relações entre produtores e consumidores. A oferta e entrega de produtos acontecem de acordo com a dinâmica de cada grupo. Os grupos objetivam vantagens coletivas, a viabilidade de preços, apoio às famílias camponesas e sustentabilidade ambiental, social e econômica. (INSTITUTO KAIRÓS, 2011)

Segundo Rocha e Aranha (2018), o grupo de consumo iniciado na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) foi criado no ano de 2015 através de um projeto de extensão. Com o objetivo de articulação e estímulo dos produtores e consumidores para novas formas de comercialização, iniciou-se o grupo com agricultores familiares de apenas uma comunidade rural do município de Muritiba, tendo como público alvo a comunidade acadêmica do campus da UFRB em Cruz das Almas.

Foram realizadas pesquisas de preço na feira livre de Cruz das Almas para definir os valores dos produtos que seriam vendidos pelo grupo. A oferta dos produtos e os pedidos eram feitos via e-mail, e os próprios agricultores entregavam em domicílio, criando uma aproximação entre produtores e consumidores. O grupo comercializa tanto produtos agrícolas como tomate, laranja, feijão, entre outros, como produtos beneficiados, bolos, cocada, biscoitos de goma etc. As entregas eram realizadas quinzenalmente. A iniciativa promoveu, além de uma nova experiência de autonomia na venda dos produtos, a formação dos agricultores envolvidos. Através do projeto, os agricultores participaram de espaços de formação com a realização de oficinas que abordavam temas relacionados às dificuldades vividas na comunidade rural. (ROCHA; ARANHA, 2018)

Atualmente o grupo de consumo conta com 4 agricultores, de 4 comunidades rurais diferentes, 1 professora e 2 estudantes. Juntos eles articulam a oferta dos produtos por um e-mail e os agricultores se reúnem no Núcleo da Agricultura Familiar (NAF) da UFRB às terças-feiras para reunir os produtos de acordo com os pedidos feitos e organizam as entregas.

Realizamos entrevistas com os 4 agricultores participantes do grupo de consumo. Para 3 dos agricultores, a venda dos produtos da agricultura familiar é a principal renda da família. Dois dos agricultores do grupo de consumo são estudantes do curso de Agroecologia da UFRB, campus Cruz das Almas.

Tabela 8: Questionário aplicado aos quatro agricultores familiares participantes do Grupo de Consumo do Recôncavo

Perguntas	Entrevistados
Possui outro tipo de renda	2
Tem problemas com pragas/doenças na produção	4
Recebe assistência técnica	2
Já comercializou para o PAA e/ou PNAE	3
Participa de associações ou cooperativas	2

Fonte: Pesquisa de campo, 2018

Uma das características dos participantes do grupo de consumo é estarem inseridos em vários outros espaços de comercialização. Além da feira municipal e dos eventos da Secretaria de Agricultura, os agricultores vendem seus produtos para atravessadores e também em uma feirinha de agricultores que é realizada na própria UFRB, onde professores, servidores e estudantes podem ter acesso facilitado aos produtos. A feirinha acontece em frente ao Núcleo de Agricultura Familiar (NAF) às sextas-feiras pela manhã. Dois dos agricultores entrevistados afirmaram participar também desse espaço.

Tabela 9: Espaços de comercialização frequentados pelos 4 agricultores participantes do Grupo de Consumo do Recôncavo

Locais de comercialização	Entrevistados
Feira Municipal	3
Eventos	3
Grupo de venda	4
Outros	4

Fonte: Pesquisa de campo, 2018

Tratando-se do valor do produto, dos 4 entrevistados, 3 declararam não alterar o valor dos produtos, independente do espaço de venda. Os agricultores que fazem o repasse de produtos para atravessadores declararam sofrer com o ajuste de preço nessas ocasiões, pois acabam vendendo abaixo do preço de mercado. A concorrência na feira livre também gera retorno financeiro insatisfatório para 2 dos entrevistados.

Tabela 10: Espaços onde os agricultores participantes do Grupo de Consumo consideram vender os produtos por maior valor

Locais onde o produto tem MAIOR valor	Entrevistados
Feira Municipal	1
Eventos	1
Grupo de venda	2
Outros	0

Fonte: Pesquisa de campo, 2018

Através da entrevista com os 4 participantes do grupo de consumo, foram relatadas dificuldades relacionadas ao baixo número de participação de agricultores que ocasiona na quantidade limitada de produtos na lista do grupo. Pois, se apenas um agricultor comercializa determinado produto, caso ocorra algum imprevisto a oferta desse produto fica comprometida, isso causa insegurança tanto nos agricultores quanto nos clientes. Quanto mais produtos na lista e agricultores cultivando o mesmo produto, melhor para garantia de satisfação do cliente. Nesse sentido, observa-se a necessidade de envolvimento de mais agricultores no grupo de consumo, garantindo, além da regularidade na oferta, também uma maior diversidade de produtos.

Há satisfação por parte dos agricultores do grupo de consumo em relação à autonomia proporcionada por estes espaços alternativos. Lidar com o cliente e ser protagonista da própria história é um avanço que esse grupo de agricultores tem vivido e desejam que esse progresso alcance outros agricultores e suas comunidades rurais. Contudo, vale também destacar os desafios da participação dos agricultores nesse espaço, que exige autonomia e organização para a realização das entregas.

5.3 POTENCIAIS E GARGALOS ENFRENTADOS PELOS AGRICULTORES PARTICIPANTES NOS CIRCUITOS CURTOS EM CRUZ DAS ALMAS

Os espaços de comercialização direta em Cruz das Almas estão em fase de estruturação. A quantidade de participantes dos grupos é relativamente baixa e esse número muda de acordo com os meses do ano. Nos meses de maior produção, como o mês de junho, muitos agricultores se mobilizam para venderem os produtos nos espaços promovidos pela SEAMA, por exemplo.

Assim, entende-se que a inconstância na participação se justifica também pela falta de produção. A maioria dos agricultores declarou que não recebe assistência técnica, e possui problemas com pragas e/ou doenças que acaba comprometendo a produção. Há a necessidade de acompanhamento desses produtores, principalmente aos que estão passando pela fase de transição agroecológica, pois ao abrir mão dos defensivos químicos eles precisam conhecer as técnicas alternativas para controle dos ataques no campo.

Do total de 10 entrevistas (6 agricultores da ExpoFlores e 4 do grupo de consumo), temos que 90% participam de 3 ou mais espaços de venda direta, 80% enfrentam problemas com pragas e/ou doenças e 40% recebe assistência técnica, conforme apresentado na Tabela 11.

Tabela 11: Dados do roteiro aplicado aos 10 agricultores familiares participantes de espaços de venda direta.

Questões	Entrevistados
Tem problemas com pragas e/ou doenças na produção	8
Recebe assistência técnica	4
Participa de 3 ou mais espaços de venda direta	9

Fonte: Pesquisa de campo, 2018

Nota-se que há grande potencial nos agricultores familiares participantes dos espaços de comercialização direta da cidade de Cruz das Almas. Os agricultores são abertos a novas propostas, esforçados e demonstram prazer pelo que fazem. Há diversidade na produção agrícola, a lista de produtos vendidos é diversificada. Os agricultores comercializam desde hortaliças, frutas e legumes, ovo caipira, como também produtos com valor agregado, bolos, doces, biscoitos, licor, mel, sorvete, entre outros. Todos os produtos são produzidos por eles, cada um tem sua especialidade.

Os agricultores que participam dos espaços de venda promovidos pela SEAMA estão frequentemente participando de cursos de capacitação. A secretaria de agricultura já promoveu cursos de tratorista, com formação básica, manejos da agricultura orgânica, com destaque para o sistema de exploração agrícola e práticas ecologicamente corretas, além de preservação do meio ambiente e qualidade de vida do ser humano.

Produtores foram capacitados também para produção de alimentação animal, na suinocultura e ovinocultura. Um grupo de mulheres de uma das comunidades rurais da cidade participou de um curso sobre técnicas de processamento de derivados da mandioca com aulas práticas de produção de biscoitos, pães, bolos, tortas, etc.

A autonomia gerada através da capacitação dos agricultores favorece ainda mais o processo de venda direta, além de elevar a autoestima dos agricultores ao aprenderem novas técnicas, afastando a visão de atraso do homem do campo. Através das técnicas de agregação de valor aos produtos, os agricultores passam a produzir o que intermediários produziram após a compra do produto in natura.

O poder dentro das redes alternativas ou circuitos curtos deve estar a favor dos produtores e consumidores, não dos intermediários ou grandes distribuidoras que, na maioria das vezes, anseiam lucrar o triplo do valor investido na compra, pagando valores muito baixos aos produtores.

Os agricultores ainda enfrentam algumas dificuldades no processo de comercialização, dentre elas, a falta de transporte próprio. A dependência de terceiros para deslocamento das mercadorias é muitas vezes inviável para o produtor. Segundo os entrevistados, os custos com transporte podem tornar o lucro das vendas insuficiente no final do mês. Percebe-se que os agricultores que possuem transporte são mais dinâmicos e participam de vários espaços de comercialização com maior facilidade e frequência.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entendemos que o sistema de circuitos curtos, onde o produtor tem contato direto com o consumidor, traz diversos benefícios aos agricultores familiares, não só financeiros, mas principalmente socioculturais.

Os espaços de comercialização promovidos pela SEAMA têm sido uma importante ferramenta de inclusão e fortalecimento do comércio direto para o agricultor familiar em Cruz das Almas. Os espaços apoiam e dão visibilidade a grupos de agricultores, fortalecendo a produção local.

Buscando conhecer a dinâmica dos grupos de agricultores que estão desenvolvendo o modelo de comercialização direta no município de Cruz das Almas, percebemos que esses espaços estão ainda em fase de estruturação. Alguns desafios na organização, clientela fixa e regularidade na oferta de produtos precisam de um tempo para serem superados. É de suma importância a continuidade e persistência para que, por meio do incentivo os agricultores, possam enfrentar e superar os desafios ainda existentes.

Notamos que alguns agricultores se tornaram dependentes do poder público. A maioria das reclamações e exigências feitas por eles poderiam ser solucionadas através da iniciativa coletiva do grupo. A falta de assentos em espaços de venda dos produtos, por exemplo, poderia ser resolvida através da construção de bancos com materiais recicláveis, como garrafas PET's, materiais de fácil locomoção e que poderiam ficar armazenados junto com as barracas.

Outra problemática apontada diz respeito à estrutura das barracas: os agricultores são capazes de, através de uma iniciativa coletiva, se organizarem para melhorar a estrutura das barracas. Hoje existem várias iniciativas de construções coletivas utilizando materiais recicláveis e até mesmo doados.

A divulgação tanto da feira itinerante quanto do grupo de consumo também deve ser entendida como responsabilidade dos agricultores. Os clientes precisam do contato direto com os vendedores. Iniciativas como visitas para divulgação, envio de mensagens, criação de cartazes e panfletos são iniciativas que os agricultores podem utilizar para ampliar a divulgação das redes alternativas de comercialização.

O poder público no município de Cruz das Almas tem exercido papel fundamental através do incentivo, capacitação e oportunidades de desenvolvimento para os agricultores

familiares. Porém, nota-se a necessidade de se trabalhar a apropriação da autonomia dos agricultores, revelando as habilidades que eles já possuem e que podem ser utilizadas para beneficiá-los nos espaços em que estão inseridos, não sendo tão dependentes da iniciativa de terceiros.

Verificou-se que os espaços de comercialização direta existentes em Cruz das Almas têm contribuído de forma significativa na renda de famílias de agricultores familiares. Nota-se a necessidade de maior participação dos agricultores, ampliando o número de integrantes nos espaços.

Através da persistência, acredita-se que o crescimento e fortalecimento desses espaços beneficiarão ainda mais o meio rural através do desenvolvimento econômico, melhorando a renda dos agricultores, e social, fortalecendo a cultura e valorizando os produtos locais. Além disso, destaca-se, também, os benefícios ambientais promovidos pela transição agroecológica, pois agricultores estudantes de Agroecologia já estão passando pela transição e estão levando essas alternativas para suas comunidades rurais. Os produtos vendidos nesses novos espaços de circuitos curtos são sempre associados com uma produção de qualidade e ambientalmente sustentável.

A autonomia financeira gerada através dos espaços de venda direta é fundamental para o mantimento das famílias rurais, porém, não podemos limitar as vantagens desses espaços apenas aos aspectos econômicos. É importante ressaltar a troca de experiências que criam laços de confiança e igualdade e a relação entre produtor e consumidor que tem gerado reflexos positivos na autoestima dos agricultores.

Os circuitos curtos de comercialização necessitam de maior atenção da sociedade através do apoio às iniciativas, do poder público através da continuidade de leis e políticas que abracem as redes alternativas e do meio acadêmico por meio de pesquisas e espaços de discussões sobre a temática.

Ainda são escassos os trabalhos voltados para esta temática no estado da Bahia. Entendemos através dessa pesquisa a importância de trabalhos que discutam os circuitos curtos de comercialização compreendendo sua importância para a agricultura familiar. A sistematização das experiências aqui descritas é fundamental para compreensão dos potenciais e desafios da inserção dos agricultores familiares nesses espaços.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAVA, S. C. Circuitos Curtos de Produção e Consumo. In: BARTELT, D. D. (org). **Um Campeão Visto de Perto: Uma Análise do Modelo de Desenvolvimento Brasileiro**, Rio de Janeiro/RJ: Heinrich-Böll-Stiftung, Editora e Gráfica, 2012.

BRASIL. Lei n. 11.326 de 24 de julho de 2006. **Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais**. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 25 jul. 2006. Disponível em <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: janeiro de 2019

CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A.; PAULUS, G. **Agroecologia: matriz disciplinar ou novo paradigma para o desenvolvimento rural sustentável. Princípios e Perspectivas da Agroecologia**, Instituto Federal do Paraná, 2006

CASTRO, C. N. **A agricultura no Nordeste Brasileiro: Oportunidades e Limitações ao Desenvolvimento**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. Rio de Janeiro, novembro de 2012.

CEPAL, serie Seminarios y Conferencias N° 77. **Agricultura familiar y circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición**. Memoria del seminario sobre circuitos cortos realizado el 2 y 3 de septiembre de 2013, Santiago do Chile.

COSTA, F. L. S. **Sistema Agrário do Município de Cruz das Almas, BA. Trabalho de Conclusão de Curso**. Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), Cruz das Almas-BA, 2017.

CRUZ DAS ALMAS-BA. **Lei Orgânica do Município de Cruz das Almas-Bahia**, 2ª Edição, Artigo 222, p. 1-118, 12 de novembro de 2002. Disponível em: <<http://www.cruzasalmas.ba.leg.br/licitacoes>>. Acessado em: janeiro de 2019

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A.; ALENCAR, M. C. F.; ABREU, L. S. **Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil**. Ambiente & Sociedade. São Paulo, v. XIX, n 2. Abr-jun. 2016

DAROLT, M. R. (págs., 139-170) **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura** / organizadores Paulo André Niederle, Luciano de Almeida, Fabiane Machado Vezzani.— Curitiba: Kairós, 2013.

ENGELMANN, S. A.; FLORIANI, N. **Expansão da educação agroecológica formal no Brasil: construindo novas territorialidades nos últimos 17 anos.** Terr@Plural, Ponta Grossa, v.12, n.1, p. 22-40, jan. /abr. 2018.

FILHO, U. A. S. **O setor supermercadista no Brasil nos anos 1990.** Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Piracicaba, 2003.

FONSECA, M. F. A. C.; ALMEIDA, L. H. M.; COLNAGO, N. F.; SILVA, G. R. R. **Características, estratégias, gargalos, limites e desafios dos circuitos curtos de comercialização de produtos orgânicos no Rio de Janeiro: as feiras.** Rev. Bras. De Agroecologia/nov. 2009, vol. 4, nº 2.

GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1ª edição, 2017.

GUZZATTI, T. C.; SAMPAIO, C. A. C.; TURNES, V. A. **Novas Relações Entre Agricultores Familiares E Consumidores: Perspectivas Recentes No Brasil E Na França.** Organizações Rurais & Agroindustriais, 2014, vol. 16, n.3, p. 363-375.

GUANZIROLI, C. E.; SABBATO, A. D.; VIDAL, M. F. **Agricultura Familiar no Nordeste: uma análise comparativa entre dois censos agropecuários.** Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2011.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, **Censo Demográfico 2010.** Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br>>. Acesso em: 21 de fevereiro de 2018.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, **Censo Agropecuário: resultados preliminares.** Rio de Janeiro, v. 7, p.1-108, 2017.

INSTITUTO KAIRÓS. **Prática de comercialização: uma proposta de formação para a economia solidária e a agricultura familiar.** 2013. Disponível em: <<https://institutokairos.net/wp-content/uploads/2014/02/Kairos-Praticas-de-Comercializacao.pdf>>. Acesso em: 05 fev. 2019.

MDS, **Ministério do Desenvolvimento Social.** Disponível em: <http://mds.gov.br/>. Acesso em: 05 de novembro de 2018.

MESSMER, J.G., **Les circuits courts multi-acteurs: émergence d'organisations innovantes dans les filières courtes alimentaires.** INRA MaR/S, Paris, 69 p. 2013.

PRIMAVESI, A. M. **Agroecologia e manejo do solo**. Revista Agriculturas: experiências em agroecologia, v. 5, nº 3, setembro de 2008

RENTING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. **Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development**. Environmental & Planning, v. 35, n. 3, p. 393-411, 2003.

SEI, Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia. **Perfil dos Territórios de Identidade. Série territórios de identidade da Bahia**, v. 2, Salvador/Bahia, 2016. Disponível em: <<http://www.sei.ba.gov.br>>. Acesso em: 09 de janeiro de 2019

SEI, Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia. **Boletim da Agricultura Familiar**. Salvador, anual, 6 p., abril, 2018. Disponível em: <<http://www.sei.ba.gov.br>>. Acesso em: 09 de janeiro de 2019

SEI, Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia. **Bahia Análise & Dados. Salvador**, v. 24, nº 2, p. 217-410. Abr/jun, 2014.

SILVA, D. O. **A feira livre de Cruz das Almas: dinâmica espacial, planejamento e gestão municipal**. Cruz das almas/BA, UFRB, 136p., 2018. Disponível em: www.ufrb.edu.br/editora/titulos-publicados. Acesso em: 22 de janeiro de 2019

SOUSA, R. P. **Agroecologia e educação do campo: desafios da institucionalização no Brasil**. Educação & Sociedade, Campinas, v. 38, n.140, p.631-648, jul. /set, 2017.

ROCHA, A. G. P.; ARANHA, M. F. S. **Circuitos Curtos De Comercialização e Desenvolvimento Territorial: Uma Análise De Experiências Na Bahia. Anais do II Congresso Internacional de Economia Popular e Solidária e Desenvolvimento Local: como trabalhar e produzir na contramão do empreendedorismo?** Feira de Santana, Bahia, pág. 52-62, maio de 2018.

WAQUIL, P. D; MIELE, M; SCHULTZ, G. **Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS**. Universidade Aberta do Brasil-UAB/UFRGS, Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2010. 71 p.

WIENKE, F. F. **A Noção de Agricultura Familiar no Direito Brasileiro: Uma Conceituação em Torno de Elementos Socioeconômicos e Culturais**. JURIS, Rio Grande, v. 27, nº 1, p. 225-245, 2017.

ANEXOS

ANEXO 1

ROTEIRO DE ENTREVISTA COM AGRICULTORES DO MUNICÍPIO DE CRUZ DAS ALMAS-BA

Nome Completo: _____

Cidade/Zona Rural: _____

QUESTÕES

1. A venda dos produtos da A.F. é a principal renda da família? () sim () não.
2. Possui outras fontes de renda? () não () sim, qual?
3. Participa de associações ou cooperativas? () sim () não.
4. Se sim, qual?
5. Quais são os locais de comercialização dos seus produtos?
() feira livre municipal () eventos da SEAMA () grupos de venda direta
() outros. Especifique.
6. Tratando-se de preço, em quais locais seus produtos têm o **maior** valor?
() feira livre municipal () eventos da SEAMA () grupos de venda direta
() outros. Especifique.
7. Tratando-se de preço, em quais locais seus produtos têm **menor** valor?
() feira livre municipal () eventos da SEAMA () grupos de venda direta
() outros. Especifique.
8. Tem problemas com pragas e/ou doenças na produção? () sim () não.
9. Recebe assistência técnica na propriedade? () sim () não.
10. Se sim, de qual instituição?

11. Já comercializou para o PAA ou o PNAE? () sim () não.
12. Se sim, como descreveria a experiência: boa, ruim ou ótima? Justifique.
13. Em sua opinião, a comercialização direta, produtor-consumidor, gera (ou geraria) uma renda satisfatória para você e sua família? Justifique.
14. Quais as vantagens de participar da Expo Flores ou grupo de consumo?
15. Em sua opinião quais são os benefícios da venda direta dos seus produtos?
16. Quais são as dificuldades para a comercialização dos seus produtos?