
UM NOVO ATOR NA AGROECOLOGIA: a Hortaliças Sempre Verde em Alagoa Nova-PB

A NEW ACTOR IN AGROECOLOGY: Vegetables Always Green in Alagoa Nova-PB

Severino Justino Sobrinho

Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional
Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB, Brasil
severinojustinogeografo@gmail.com

Ramonildes Alves Gomes

Professora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional
Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB, Brasil
rnildes@hotmail.com

Resumo

A pretensão deste trabalho é analisar as relações de integração de agricultores familiares agroecológicos com a empresa de comercialização Hortaliças Sempre Verde, localizada no município de Alagoa Nova-PB, especializada na comercialização de produtos hortifrutigranjeiros para redes de supermercados nos estados da Paraíba, Rio Grande do Norte e Pernambuco, mantendo parcerias com agricultores agroecológicos para o fornecimento de produtos orgânicos. Os agricultores familiares que fornecem os produtos orgânicos para a empresa, na sua grande maioria, residem no município de Alagoa Nova, situado no agreste paraibano. Contudo, um dos circuitos que tem se mostrado viável para esses agricultores é a produção agroecológica integrada à empresa, que consiste em um acordo de exclusividade produtiva, celebrado entre agricultores agroecológicos e a empresa Hortaliças Sempre Verde. Como estratégia metodológica optamos pela revisão da literatura, realização de entrevistas semiestruturadas e abertas, pela observação direta e pela análise de dados secundários acessados na base do IBGE. Verificou-se que os agricultores agroecológicos têm uma integração direta com a empresa e um retorno financeiro rápido, submetendo sua produção agroecológica a racionalidade da empresa, gerando dependência e sujeição da renda.

Palavras Chaves: Agroecologia. Produção Integrada. Hortaliças Sempre Verde. Alagoa Nova (PB)

Abstract

The intention of this work is to analyze the integration relations of agroecological family farmers with the commercialization company Hortaliças Semper Verde, located in the municipality of Alagoa Nova-PB, specialized in the commercialization of horticultural products for supermarket chains in the states of Paraíba, Rio Grande do Norte and Pernambuco, maintaining partnerships with agroecological farmers to supply organic products. The vast majority of family farmers who supply organic products to the company reside in the municipality of Alagoa Nova, located in rural Paraíba. However, one of the circuits that has been shown to be viable for these farmers is the agroecological production integrated into the company, which consists of an exclusive production agreement, signed between agroecological farmers and the company Hortaliças Semper Verde. As a methodological strategy, we opted for the literature review, conducting semi-

structured and open interviews, for direct observation and for the analysis of secondary data accessed in the IBGE database. It was found that agroecological farmers have a direct integration with the company and a quick financial return, subjecting their agroecological production to the rationality of the company, generating dependence and subjection of income.

Keywords: Agroecology. Integrated Production. Hortaliças Sempre Verde. Alagoa Nova (PB)

Introdução

A agricultura em todo mundo vem passando por transformações e adaptações no campo produtivo. A sua modernização provocou mudanças nos hábitos e costumes no consumo mundial, sobretudo com a Revolução Industrial iniciada pelos chamados países desenvolvidos, foi o caso da Inglaterra, com o propósito de aumentar a produtividade e solucionar o problema da fome que assolava os países da Europa, sobretudo os periféricos, conforme ressalta Altieri (2004). A alimentação consumida passou então por um processo de modificação com produtos químicos que afetaram a saúde ambiental e a vida como um todo. Estas modificações foram encabeçadas por redes de defensivos agrícolas instaladas em diversos países, atreladas ao discurso do desenvolvimento e do progresso técnico científico.

Atualmente, grandes conglomerados de empresas transnacionais controlam as cadeias produtivas de alimentos. Segundo Paula (1999), esses grupos reúnem instituições financeiras, indústrias químicas, de sementes, de maquinário para lavoura, indústrias alimentícias e redes de varejo. Com isso, os preços dos alimentos são determinados pelo princípio da maximização da riqueza controlada por seus acionistas. Escola (2010) ressalta que as redes de supermercados também possuem capital disponível e conseguem rapidamente vantagens competitivas nos preços, baseadas na eficiência logística e na economia de escala, já que possuem centrais de distribuição próprias e contratos com grandes fornecedores.

Na organização produtiva do mercado alimentar, o modo de produzir¹ também foi incorporado por setores da agricultura no campo, em suas diversas e variadas áreas, contudo, a adoção das estratégias produtivas pela agricultura moderna, em geral, leva em

¹ Para Ariovaldo Umbelino de Oliveira (2007), o modo de produção capitalista, presente em debates de várias correntes de pensamento procura entender a forma de produção capitalista no campo em seu processo de produção monopolista, momento em que os grandes complexos industriais se integram à produção agropecuária.

consideração o tamanho da propriedade, o potencial econômico, e a mão de obra disponível para o trabalho, resultando em uma agricultura de tipos variados, em área e em cultivos. Essa diversidade do tamanho e da produção agrícola nem mesmo o Censo Agropecuário de 2006 conseguiu revelar em sua totalidade.

A produção agrícola em larga escala tomou impulso a partir de 1960, com a chamada Revolução Verde², impulsionando a utilização de produtos químicos na agricultura, objetivando acelerar a produtividade no espaço agrário. Contudo, no Brasil, as chamadas agriculturas alternativas não tiveram a mesma expansão e adesão no setor agrário.

As agriculturas alternativas são caracterizadas por se oporem aos modelos de agricultura dominante, assim, agricultura orgânica, hidropônica, agriculturas florestais, permacultura, são reconhecidamente benéficas ao meio ambiente, socialmente justas, economicamente viáveis e culturalmente aceitas. Para Paulino (2016, p. 138) a agricultura alternativa surge “na Alemanha em 1924 com a agricultura biodinâmica e natural e, na Inglaterra, surge em 1946, com a agricultura orgânica, já na França, surge em 1940, com a agriculture biodynamique d'alimentation normale”. Suas bases, grosso modo, estão na contestação política, no pensamento filosófico e na reação a padrões industriais de produção. Seus pioneiros eram, majoritariamente, das áreas biológicas, da zoologia e da agronomia e, no Brasil:

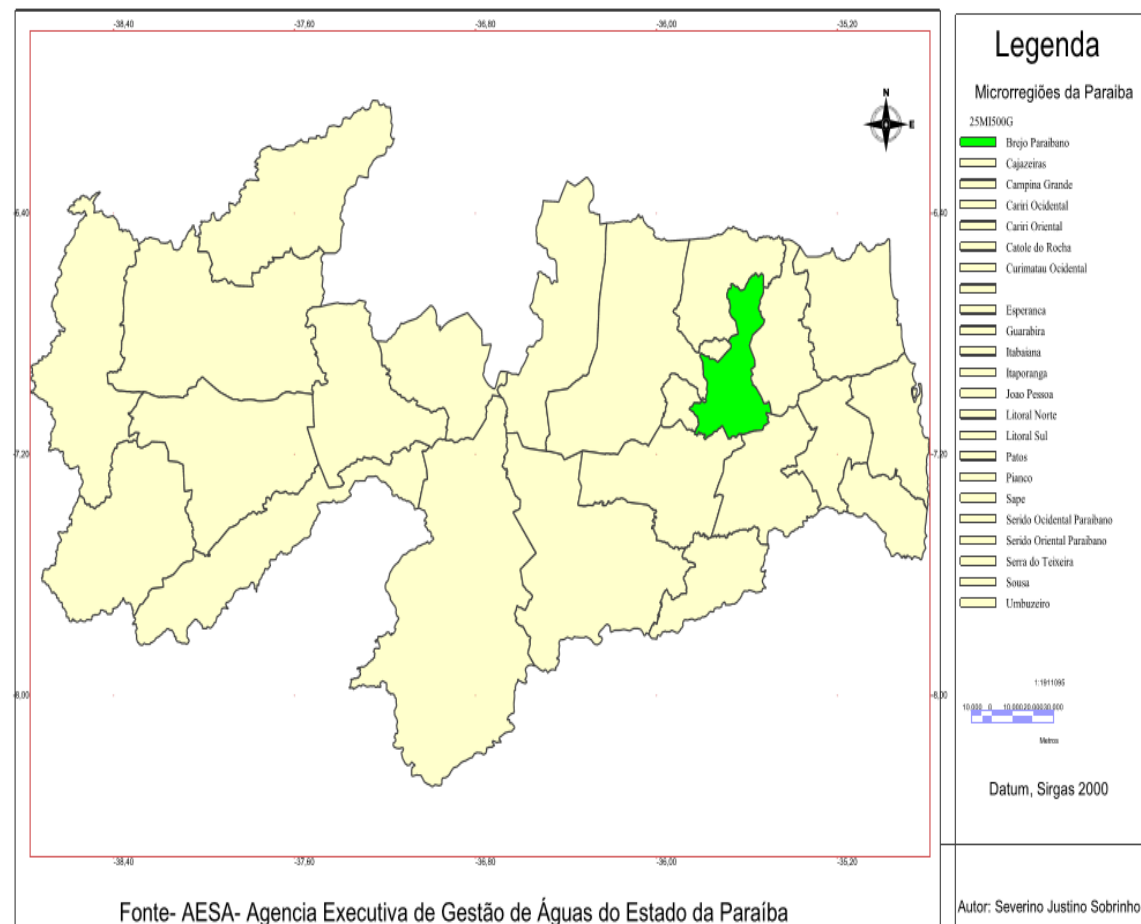
Sua expansão ocorreu principalmente dos anos 1970 a 1980 e em 1990 ocorreu sua institucionalização e consolidação. Já durante os anos 2000, fortalecem-se as definições para novas dimensões da agroecologia. Seu arcabouço cresceu de uma análise do campo para a escala dos agroecossistemas e finalmente do sistema alimentar. No século XX, o Estado passa a se entrelaçar com campos considerados de importância prática, trazendo novas funções para o conhecimento. As

² Os funcionalistas americanos deste século terminaram por fazer a identificação espúria de rural com atrasado para justificar as suas propostas intervencionistas "de fora", entre as quais os programas de assistência técnica e extensão rural. O diagnóstico neoclássico de que os agricultores eram pobres, mas eficientes: o problema não estava no uso dos "fatores de produção" disponíveis, mas sim que os fatores disponíveis não propiciavam o retorno necessário para superar a condição de pobreza em que viviam. Daí a proposta de modernização ser entendida como a introdução de "novos fatores" que incluíam desde as sementes geneticamente melhoradas da Revolução Verde, aos adubos e defensivos químicos, máquinas e equipamentos. (SILVA, 1997). Entre as décadas de 1950 e 60 ocorreu o que muitos consideram o ápice deste “desenvolvimento”, conhecido como “Revolução Verde”. O período ficou marcado pela intensiva utilização de novas sementes e de um conjunto de práticas e insumos agrícolas visando alcançar altos níveis de produtividade. Para Altieri (2004), a “Revolução Verde” se deu de forma desigual, privilegiando apenas os maiores e mais ricos agricultores. Além disso, contribuiu na disseminação de problemas ambientais, tais como a erosão do solo, a desertificação, a poluição por agrotóxicos e a perda da biodiversidade.

décadas de 1940 e 1950 presenciaram a utopia do poder da ciência para resolver todos os problemas da humanidade e, a partir da Segunda Guerra Mundial, temos também um crescimento acelerado da ciência graças ao aumento do apoio governamental, que assume responsabilidade cada vez maior no financiamento de pesquisas. (PAULINO, 2016, p. 138).

A agroecologia está correlacionada a temas como segurança alimentar e nutricional, direito humano à alimentação e à soberania alimentar, presentes na pauta das discussões realizadas no âmbito das práticas sustentáveis. Esta prática agrícola, para Guzmán (2002), representa uma alternativa para o trabalho coletivo, seja em áreas como os assentamentos rurais, ou mesmo em uma unidade familiar. Assim, é possível ampliar o sentido restrito atribuído à agroecologia, pois essa passa a incorporar dimensões políticas, econômicas, sociais e ambientais.

Mapa 01: Localização do brejo paraibano



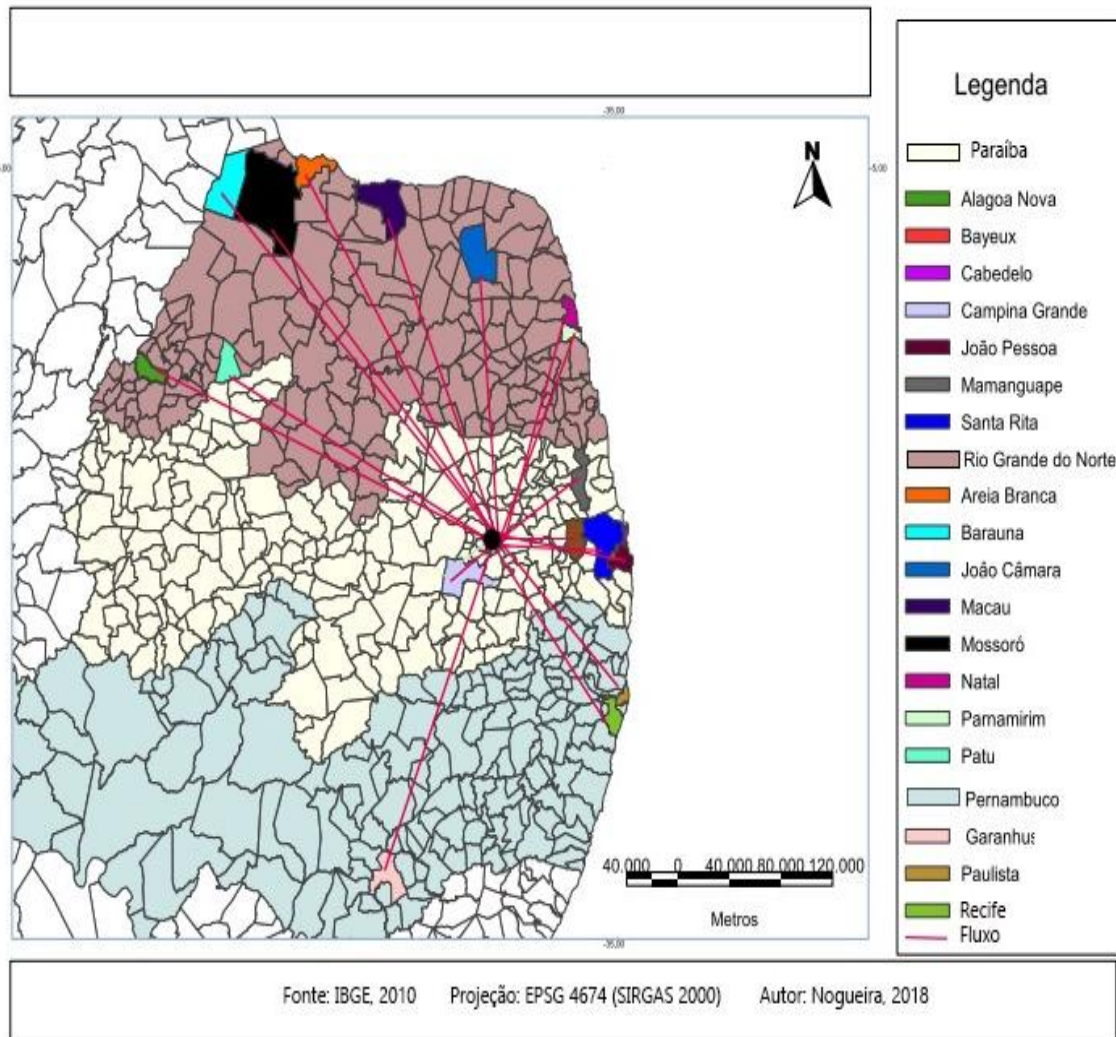
Fonte: Autor, 2019.

No agreste paraibano, em particular na microrregião do Brejo, em virtude das condições climáticas, da característica minifundista, da capacidade organizativa e de mobilização social dos agricultores familiares, a agroecologia encontra condições favoráveis para a experimentação e o desenvolvimento das estratégias produtivas. Autores como Carvalho (2008), Mariano Neto (2006), Matias (2016) entre outros, ressaltam esse enfoque da agroecologia no Agreste/Brejo paraibanos com diversas entidades sociais que lutam para consolidar a agroecologia e impulsionar o desenvolvimento regional.

Ao longo de quase 30 anos, são muitas as experiências com agriculturas alternativas, dentre as quais, as sementes nativas, chamadas na Paraíba de “Sementes da Paixão”, as feiras agroecológicas, os quintais produtivos com plantas medicinais, a produção de hortaliças hidropônicas, entre outras. No entanto, uma experiência diferenciada de uma empresa rural situada em Alagoa Nova PB, desperta a motivação para a análise, pois trata-se da produção agroecológica praticada por agricultores familiares e integrada à empresa, com a finalidade de comercialização em escala empresarial: essa é a experiência da empresa Hortaliças Sempre Verde.

A Empresa Rural Hortaliças Sempre Verde, situa-se na zona rural do município de Alagoa Nova, na localidade conhecida como sítio São Tomé, e atua no setor de hortifrutigranjeiros, comercializando tanto hortaliças convencionais quanto orgânicas, para redes atacadistas de supermercados em diversos centros urbanos dos estados da Paraíba, de Pernambuco e do Rio Grande do Norte.

Mapa 02: Comercialização da empresa com estados do Nordeste



Na Paraíba a empresa possui clientes nas cidades de Campina Grande, João Pessoa, Cabedelo, Bayeux, Santa Rita, Mamanguape e Sapé. No estado de Pernambuco os clientes estão nas cidades de Recife, Paulista e Garanhuns. No Rio Grande do Norte, os supermercados que compram os hortifrutigranjeiros situam-se nas cidades de Natal, Parnamirim, Pitimbu, Mossoró, Açú, Areia Branca, Macau, João Câmara, Pau dos Ferros, Patu, Baraúna. Outras cidades podem ter sido incorporadas no percurso desta pesquisa, aumentando ainda mais a influência da empresa no setor alimentício das redes de supermercados.

A empresa tem uma produção própria de hortaliças mas, para atender à demanda do mercado, possui vários fornecedores/parceiros, agricultores familiares, que tanto fornecem hortaliças convencionais, quanto agroecológicas. As informações obtidas, por

ocasião da pesquisa exploratória, revelaram que, na relação com os agricultores familiares/parceiros, a Sempre Verde financia parte da produção e oferece assistência³, visando melhorar a infraestrutura das áreas produtivas dos agricultores com escavações de poços, construção de barreiros e, em troca, exige exclusividade na venda da produção de hortaliças.

A Hortaliças Sempre Verde surgiram em 2003, por iniciativa do Senhor José Ribamar (nome fictício), dono da empresa, filho de agricultor. Em conversa informal, José Ribamar narra que já era acostumado a levar seus produtos para a cidade de Campina Grande-PB e, desse modo, adquiriu contatos no comércio atacadista. A partir daí, expandiu seu comércio levando os produtos para abastecer Redes de Supermercados como o Hiper Bompreço. Em seguida, expandiu o comércio para todo o estado da Paraíba e, atualmente, atende outros estados da região Nordeste.

O papel da agroecologia, segundo Altieri (2004), é afirmar a prática agrícola local dando ênfase à sustentabilidade da agricultura familiar nos aspectos sociais, ambientais, econômicos e políticos, aumentando a renda local e influenciando na redução da pobreza rural. Dessa forma, compreendemos que na relação estabelecida entre a empresa Hortaliças Sempre Verde e os agricultores familiares agroecológicos para a produção e comercialização de produtos, a empresa desenvolve o cultivo orgânico e a comercialização de hortaliças e frutas, dando uma maior visibilidade na agroecologia, isso se justifica como alternativa para incrementar a renda das famílias agricultoras/parceiras. A agricultura agroecológica praticada pelos agricultores familiares busca uma forma social, coletiva, pautada na soberania alimentar, já a praticada na empresa, busca a racionalidade capitalista, auferindo lucros.

Distante 28 km da cidade de Campina Grande e 148 km da capital João Pessoa, Alagoa Nova-PB possui um clima de brejo de altitudes, o que favorece o desenvolvimento da policultura. A população do município é de 19.861 habitantes, distribuídos quase que igualmente entre a zona rural (9.887) e a zona urbana (9.794). Sua densidade demográfica corresponde a 160 hab./ km². (IBGE, 2010). Há um número ligeiramente maior de uma população rural, concentrando um dos polos agrícolas da região.

³ A empresa financia a estrutura hídrica para a produção de hortaliças e aos poucos os agricultores vão pagando, quando auferirem lucros, na medida em que vendem para a própria Hortaliças Sempre Verde.

Mapa 03: Localização geográfica do município de Alagoa Nova-PB



Autor: Severino J. Sobrinho, 2016.

A Hortaliças Sempre Verde não é simplesmente uma intermediária da produção dos agricultores agroecológicos e convencionais. A empresa também produz hortifrutigranjeiros em propriedades localizadas nos municípios de Areia, Alagoa Nova e São Sebastião de Lagoa de Roça (PB), esse arranjo espacial torna mais complexa a produção e a logística para uma entrega mais rápida dos produtos aos clientes.

A produção agroecológica em Alagoa Nova foi instituída nos anos 2000 através de agricultores familiares em parceria com sindicatos de agricultores de municípios do entorno, conforme ressalta o presidente do sindicato⁴ local dos agricultores no relato descrito a seguir: “*Já existia uma questão de Agroecologia na agricultura familiar que trabalhava sem veneno, sem agrotóxico já estava com uma parceria com a ASP-TA, que trabalhava no município de Remígio, Solânea e Lagoa Seca*”.

Dessa forma, decidiram não usar mais insumos químicos em suas plantações e, a partir disso, os agricultores começaram a produzir em seus lotes e a comercializar sua produção nas feiras agroecológicas de diversos municípios do agreste paraibano.

⁴ Bastinho (nome fictício) Presidente do Sindicato dos trabalhadores rurais de Alagoa Nova. Entrevista concedida em: 02/07/2016

A estratégia agroecológica põe em prática as ações da agricultura familiar para um maior desenvolvimento dos atores que participam e as praticam. Mas, mostrar a agroecologia é também se reportar a modernização conservadora. De acordo com Alves (2005), durante a década de 1950 a 1970, o Brasil passou por uma grande transformação no campo e na cidade com a industrialização.

A concepção da sustentabilidade socioambiental constitui-se no desenvolvimento da agroecologia. A concepção orgânica se associa a esse paradigma e à possibilidade do lucro. No final do século XX, empresas agrícolas em todo o mundo começam a incentivar o uso do marketing, como estratégia para aumentar a lucratividade, atrelada ao discurso de mudança pela sustentabilidade produtiva e ambiental. Assim, a agroecologia está atrelada ao viés sócioambiental e econômico, enquanto a agricultura orgânica prioriza o mercado, conforme ressalta Carvalho (2008, p. 66-67),

O modelo de produção orgânico tem aparecido como um sistema que evita a utilização de fertilizantes sintéticos, praguicidas e organismos geneticamente modificados, adotando-se uma lógica estritamente de mercado, não incorporando outras preocupações, a exemplo do compromisso com a agricultura familiar camponesa e da dimensão social da agricultura. Nesse sentido, parte-se do princípio de que o fato de não praticar uma agricultura com o uso de agrotóxicos, não é suficiente para a construção de um modelo sustentável e, portanto, não necessariamente configura a adoção da abordagem agroecológica, embora, para ser agroecológico, necessite-se produzir organicamente.

Dessa forma, o modelo de produção orgânica e os chamados “selos verdes” estão atrelados cada vez mais a acessos a nichos de mercado e com menos compromisso na luta social, o que difere da Agroecologia que está atrelada aos aspectos sociais de produção rentável e manutenção da família e seu patrimônio, na qual as feiras podem dar o retorno aos agricultores familiares.

Assim, vários agricultores familiares introduzem uma agricultura voltada para o ambientalismo e para práticas sustentáveis com o intuito de diversificar e variar a produção, atendendo a uma sociedade mais esclarecida. Dessa forma, há uma apropriação da produção agrícola agroecológica para se firmar em um mercado orgânico bastante atrativo do ponto de vista capitalista, com diferenciações entre o agricultor e o empresário. Desta forma, ressalta:

Os agricultores orgânicos empresariais, que estão muito próximos da agricultura convencional, praticando uma espécie de monocultura verde (uso de insumos externos), para atender a demandas eventuais de mercados, e os orgânicos familiares de pequeno porte (ou agroecológicos, dependendo muito das correntes as quais os definem), estes últimos orientados por uma lógica familiar, produzindo uma diversidade maior de produtos. (COMUMELO, 2012, p. 50).

Tem-se um produto orgânico com qualidade e com participação direta da agricultura familiar agroecológica indutora desse mercado com venda direta ao consumidor e às redes de supermercados, que representam a comercialização indireta. Nesse sentido, há uma limitação que acontece geralmente com os agricultores agroecológicos, pois estes não dispõem de estrutura financeira e de produção suficiente e ainda, não atendem aos requisitos legais como os selos de certificação exigidos nessa modalidade de comércio para com as redes de supermercados.

Os movimentos de apoio à agroecologia pressupõem a credibilidade de quem está à frente do processo - os agricultores agroecológicos -, para garantia de que a produção chegará ao destino, ou seja, às feiras. Essa credibilidade se dá através das relações estabelecidas, formais e/ou informais, entre produtores e consumidores e/ou através das relações em redes de instituições não-governamentais como as associações regionais e locais.

Vários agricultores agroecológicos vendem suas mercadorias em uma ou mais feiras agroecológicas desses municípios, mesmo com o discurso de venda do produto limitado à confiança com o consumidor. No entanto, uma das práticas recentes de mercado agroecológico acontece através da Hortaliças Sempre Verde. A novidade dessa relação é que, para atender à demanda orgânica das redes de supermercados, a empresa tem na agricultura familiar agroecológica a base dos produtos que ela fornece. Sobre a estratégia de integração da agricultura familiar na empresa para comercialização de hortaliças agroecológicas.

A comercialização de orgânicos na Hortaliças Sempre Verde constitui um de seus carros chefes para os mercados atacadistas, mercadinhos e restaurantes, tendo o produto orgânico como atração, através da propagação discursiva da importância de uma alimentação saudável. A parte orgânica comercializada inclui produtos como: folhagens, frutas e plantas medicinais, que são adquiridos através da compra a agricultores

agroecológicos dos municípios de Alagoa Nova e Esperança, os quais praticam essa produção há mais de uma década.

Empresas agrícolas e redes de supermercados descobriram um novo nicho de mercado, através das hortaliças e cereais orgânicos. As gôndolas dos supermercados oferecem certa variedade de produtos agroecológicos. Pessoas esclarecidas acerca da qualidade dos produtos sem agrotóxicos começam a buscar nas feiras agroecológicas e nas redes de supermercados produtos saudáveis e sustentáveis. Essa estratégia também vem estimulando a integração entre empresas e agricultura familiar, que têm, através desse processo, sua produção abarcada por redes de supermercados.

Há participação de empresas na intermediação da produção agrícola familiar para atingir mercados. Torres (2008) enfatiza a incorporação de agentes do mercado, como os empresários, de olho nos anseios de uma nova clientela que quer consumir uma alimentação mais saudável, em que o agente econômico visa aumentar as vendas e auferir lucros. Para Nierdele (2013), há um crescente número de empresas que se especializaram na produção orgânica intensiva e em larga escala, que, ao romper com os “preceitos científicos da agroecologia” exploram a produção da agricultura familiar e da agroecológica. Dessa forma, as produções orgânicas das empresas detentoras desse mercado precisam cada vez mais de novos parceiros comerciais para abastecer seus fornecedores. Esses parceiros, os agricultores agroecológicos, vem aumentando numericamente, dispendo de parte da produção para novos nichos de mercado orgânico.

Silveira (2009) expõe que os pequenos produtores de alimentos orgânicos são subordinados, uma vez que abastecem as empresas desse mercado, abrindo espaço para empresas distribuidoras que articulam a relação produtor-supermercado, pois muitos agricultores não têm recursos para competir com empresas agrícolas. Para Meira (2013), além da pouca autonomia de alguns agricultores agroecológicos para desenvolver a gestão da produção em suas propriedades, eles vêm sofrendo pressões das lógicas competitivas globalizantes de empresas rurais e seus interesses capitalistas rentistas, que buscam enfraquecer a sua identidade coletiva.

No ano de 2003, o empresário José Ribamar, atualmente proprietário da Hortaliças Sempre Verde, começou a vender sua produção de hortaliças à multinacional WalMart no município de Campina Grande, especificamente na loja do Hiper Bompreço.

“A empresa Hortaliças Sempre Verde surge em 2003 com uma parceria entre eu e o vereador Edgley, que é de Lagoa de Roça-PB. Nós começamos uma sociedade, todos os dois junto, ai depois ele seguiu a carreira política, se afastou e eu comprei a parte dele, ai até hoje eu tô tocando”. (Proprietário da empresa, 2017).

O empresário é natural do município de Alagoa Nova, casado, pai de três filhos. Começou a trabalhar a partir dos 14 anos com os pais que também são agricultores. Seus pais e irmãos residem no sítio São Tomé e outra parte da família na sede do município. Ribamar narrou que antes de negociar com hortaliças era vendedor de pão:

Antes da empresa eu era vendedor de pão. Era, fazia, assava e vendia. Os pães a gente saia para vender em Lagoa Seca, Esperança, Lagoa de Roça, Alagoa Nova, na região aqui mesmo de moto. Sempre morei aqui mesmo no São Tomé. Agricultor toda vida fui né, ai com o esforço de minha mão eu fiz uma padaria, fui aprendendo, comecei a vender pão com 14 anos de idade pelo mei do mundo, ai depois comecei a fazer, assar e vender. Ai veio um amigo meu que se chama Edglei, teve essa oportunidade ai a gente acabou mudando de ramo né. Na época da empresa foi através do Edglei que nós fizemos a parceria né, quando eu mudei de vendedor de pão para empresário foi uma sociedade que a gente fizemos ai foi onde a gente fundou a Hortaliças Sempre Verde. Mais antes disso eu era vendedor de pão⁵. (Proprietário da empresa, 2017).

O empresário iniciou no varejo dos supermercados com três lojas da cidade de Campina Grande e, no ano de 2006, começou a expandir suas hortaliças para João Pessoa, para o estado do Rio Grande do Norte e, em 2012, expande para Pernambuco. Ribamar relata que a propriedade que corresponde a empresa atua em quatro municípios (Lagoa Seca, São Sebastião de Lagoa de Roça, Alagoa Nova e Areia) e tem 200 (duzentos) hectares produzindo atualmente. A maior área produtiva está no município de Alagoa Nova, sede da empresa em que é produzido todo tipo de folhagens e hortaliças. Indagado sobre o porquê de a empresa ter passado a investir no ramo de orgânicos/agroecológicos, o empresário pontua que o incentivo foi uma estratégia meramente capitalista e rentista:

Foi o mercado na época que desafiou a gente. Meu sogro já trabalhava nesse ramo, já trabalhava com feiras de agroecologia e uma exigência do WalMart, pediu que nós produzisse organicamente e nós já trabalhava né na parte do meu sogro que produzia já era orgânico, ai foi onde nós fizemos o selo, registremos tudo bonitinho. Antes era convencional, mas no manejo orgânico. Onde nós trabalha é 90% orgânico. Não é 100%, mais é 90 % orgânico. Foi uma exigência do

⁶ Entrevista concedida por José Ribamar, em 11/08/2017.

mercado aí nós fumo se adequando né. A produção já era, mas não era certificado, foi a partir de 2007 que o mercado exigiu ai nós temos esse certificado há 10 anos já, como produtor orgânico⁶. (Proprietário da empresa, 2017).

O nicho de mercado, como oportunidade de auferir renda, criado pela agroecologia faz da Hortaliças Sempre Verde um novo ator social no setor de orgânicos na Paraíba, consideramos novo, especialmente, porque, como já assinalamos, grande parte da bibliografia que analisa experiências com produção orgânica e/ou agroecológica ressalta o protagonismo dos agricultores familiares e o campo de possibilidades que a agroecologia cria para esses agricultores. A produção orgânica é comercializada pela Hortaliças Sempre Verde há mais de dez anos, tendo como parceiros os agricultores familiares. A certificação é auditada pela Organização Internacional Agropecuária (OIA).

A produção dos agricultores familiares não é certificada pela certificadora ao qual a empresa é vinculada. Assim, a certificação participativa que os agricultores agroecológicos têm não é validada ao chegar na empresa, e assim ser direcionada para as redes de supermercados. Para o entrevistado, uma das vantagens de investir na comercialização de produtos orgânicos é a preservação da vida dos funcionários. E, além disso, uma exigência do mercado que adere cotidianamente a produtos orgânicos, pela dinâmica crescente de consumidores em busca de uma alimentação saudável.

A não percepção por parte do consumidor faz parte das estratégias e táticas do sistema capitalista em vislumbrar e orientar sempre para o consumo do novo, no discurso de que o velho, em relação ao aparato tecnológico, está defasado. Novaes e Dagnino (2004) relatam que as estruturas do capitalismo modelam as práticas subjetivas para o consumo desenfreado da tecnologia e suas inovações.

Os mercados são construções sociais numa interação de trocas intercâmbios de bens, produtos e mercadorias. Schneider (2016) ressalta que ele aparece como um ente exterior que precisa ser ouvido, respeitado e, por vezes, acalmado ao estabelecer relações de trocas, diálogos, negociação, conflitos e venda. Essas relações socorrem nas feiras, mercearias, supermercados, entre outros. Nessa perspectiva, há em várias partes do país e na região do entorno da Hortaliças Sempre Verde, uma relação para o fortalecimento e

⁶ Entrevista concedida pelo dono da empresa em 11/08/2017.

a construção do desenvolvimento rural, diante do dinamismo da agricultura familiar, embora atuando como atravessadores, em um mercado bastante dinâmico.

Diante deste fato o desenvolvimento: “Depende não só da disposição e de outros atributos individuais dos atores envolvidos. Tem raízes nas e, emerge das imperfeições dos mercados de produtos agrícolas básicos, [...] esses mercados complexos e interconectados, cada vez mais, vêm se constituindo como importantes arenas de lutas sociopolíticas”. (PLOEG, 2016, p. 25).

Têm-se, de acordo com Wilkinson (2016), nos estudos rurais um dualismo caracterizado pelo mercado dominante ou convencional e pelos mercados alternativos e suas redes. No primeiro, prevalece a lógica de maximização dos lucros, enquanto o segundo se submete a essa lógica. “De uma perspectiva macro, o mercado dominante é visto como a expressão do neoliberalismo” (WILKINSON, 2016, p. 53). Portanto, uma Sociologia Econômica voltada para a compreensão do mercado às práticas sociais.

Dessa forma, há uma adaptação ao mercado como o que ocorreu com a empresa Hortaliças Sempre Verde, que descobriu nos produtos orgânicos um nicho de mercado crescente em espaços de consumo na Paraíba, Rio Grande do Norte e Pernambuco. Assim como a instalação de redes de supermercados em determinados aglomerados humanos, essa atitude ocorre geralmente através de um processo político. Tem-se, nessa perspectiva, a atuação da empresa Hortaliças Sempre Verde nos principais atacarejos⁷ das cidades em que atua.

A Hortaliças Sempre Verde tem vários parceiros para a compra, tanto de produtos convencionais, como de orgânicos e agroecológicos, no próprio município de Alagoa Nova, mais precisamente são doze parceiros. Como afirmou o proprietário da empresa ao falar dos agricultores agroecológicos, que fornecem as hortaliças: “*Hoje eu tenho vários parceiros né, acho que em média de uns... Eu tenho uns grandes eu tenho uns cinco parceiros grandes e tenho uns pequenos, os pequenos acho que eu tenho em média uns 20 (vinte)*”⁸. Além dos produtores locais, a empresa compra produtos no município de Camocim de São Felix (PE) e é de lá que vem os produtos “maiores” como o pepino.

Segundo o proprietário, a partir de 2012 houve um aumento considerável da demanda por produtos orgânicos. É nesse momento que a empresa começa a vender para

⁷ As redes de supermercados na contemporaneidade comercializam seus produtos no varejo e no atacado.

⁸ Entrevista concedida por José Ribamar em 02/05/2017.

outros estados do Nordeste e, ao mesmo tempo, inicia também a procura por agricultores familiares que quisessem se integrar à Empresa, fornecendo hortaliças para atender à demanda do mercado crescente. Assim, novos agricultores familiares foram se integrando. De acordo com o empresário, a Hortaliças Sempre Verde entra no mercado de produtos orgânicos a partir de 2007. *“Em 2003 foi quando começamos com o convencional, aí em 2007 foi quando entrou o orgânico.”*⁹

Atualmente, são 26 (vinte e seis) agricultores do município de Alagoa Nova integrados a Hortaliças Sempre Verde, quatro desses agricultores começaram a vender sua produção na época do surgimento da empresa, em 2003. Dos 26 (vinte e seis) agricultores de Alagoa Nova, 14 (quatorze) são agricultores agroecológicos que vendem orgânicos para a Hortaliças Sempre Verde, além de comercializar também nas feiras da região.

Gradativamente, percebe-se que a demanda pelo consumo de produtos orgânicos vem aumentando e cada vez mais agricultores familiares vem buscando a produção de orgânicos como um nicho de mercado promissor. Além dos agricultores integrados, o proprietário da Empresa tem buscado novos parceiros em outros estados.

A empresa tem o controle e o monopólio do território, controlando a circulação da produção, embora não tenha o controle sobre a terra. O proprietário ressalta que tem terras da empresa espalhadas por municípios do entorno, como em Areia, em São Sebastião de Lagoa de Roça e em Alagoa Nova. Mas, para abarcar toda o mercado das redes de supermercados, possui parceiros produtores para lhe atender. *“Hoje a empresa atua em quatro municípios, atua em Lagoa Seca, Lagoa de Roça, Alagoa Nova e Areia. Hoje produzindo tem duzentos hectares, produzindo. A maior parte dela é no município de Alagoa Nova”*¹⁰. Assim, compreendendo o território como relações de poder e tendo em vista as relações no âmbito do espaço rural continuamente, percebe-se a reestruturação das atividades agrícolas voltada para a (des)territorialização da agroecologia de base familiar pela empresa Hortaliças Sempre Verde e suas espacialidades nos centros urbanos.

O vínculo e a compra mantidos com a empresa torna o agricultor um parceiro com renda mensal fixa. Na figura a seguir, tem-se uma evidência do vínculo criado entre o

⁹ Entrevista concedida pelo dono da empresa em: 02/05/2017.

¹⁰ Entrevista concedida pelo dono da empresa em: 11/08/2017.

agricultor agroecológico e a empresa, em virtude do fornecimento de insumos aos agricultores familiares agroecológicos.

A compra é feita pelo agricultor em estabelecimento comercial indicado pelo dono da empresa Hortaliças Sempre Verde. Há casos em que os agricultores recebem cópias das notas, em outros casos entregam a “nota fiscal” para a empresa ter o controle. A dívida com o estabelecimento comercial é da empresa, cabendo ao agricultor/produtor saldá-la com a empresa. Quanto ao pagamento, este é parcelado, sendo descontado em mercadorias, ou em dinheiro, em parcelas. Esse acordo é feito entre os agricultores integrados e o empresário:

Comigo mesmo ele não estipulou nem um prazo pra pagar não, eu não sei os outros agricultores, comigo mesmo não, a gente vai produzindo e depois vai descontando isso aí. Como é pouco né, o recurso que foi limitado para o material não é muito né, aí dá pra gente pagando¹¹. (Assentado do Assentamento Carrasco,2018).

O pagamento lá em José Ribamar é flexível, porque há agricultores que vão receber seu pagamento de semana em semana, de mês em mês, de quinze em quinze dias ou até no final do ano, mas lá o pagamento é certo ele sempre paga. Uma coisa é que a gente não tem despesa, vende a trinta centavos e você aqui tá trabalhando pra você mesmo, é melhor do que tá trabalhando pros outros.¹² (Presidente da Associação do Assentamento Carrasco, 2018).

O Agricultor agroecológico, Benedito (nome fictício), faz parte da Ecoborborema e vende na feira agroecológica da cidade de Esperança(PB). Ele ressalta que as feiras e o PAA não absorvem todo o excedente e, dessa forma, teve que vender ao proprietário da Hortaliças Sempre Verde e para outros atravessadores. *Antes a gente tava com aquela PAA, mas, infelizmente, esse governo né cortou, mais aí uma mixaria que não dá pra escoar quase nada do excedente pras feiras¹³.*

É perceptível nos relatos obtidos por meio de entrevistas junto aos agricultores familiares agroecológicos que a integração é avaliada positivamente por se tratar de uma demanda semanal, que é certa etc. Toda semana os agricultores agroecológicos entregam

¹¹ Entrevista cedida por um agricultor do Assentamento Carrasco, em 10/04/2018.

¹² Entrevista com o presidente da Associação do Assentamento Carrasco, em 19/02/2018.

¹³ Entrevista cedida por um agricultor agroecológico do Assentamento Carrasco, em 10/04/2018.

o volume de produtos que a empresa solicita. Há semanas em que a demanda é maior, em outras é menor, a demanda diminui.

Essa integração, aos olhos dos agricultores, é bem vista, principalmente neste momento em que uma das portas do mercado institucional se fechou, também porque as feiras não absorviam toda a produção. Assim, a Sempre Verde atua de forma a intermediar a produção assegurando certa renda aos agricultores locais. Em um dos relatos dos agricultores familiares ressalta-se a importância que a empresa tem como garantidora do escoamento da produção.

A integração torna-se vantajosa pois a produção tem um destino certo, mesmo os agricultores não tendo a consciência imediata do quanto estão vinculados à Hortaliças Sempre Verde. O fato é que, com a certificação auditada, a empresa consegue atingir mercados e auferir lucros, às vezes maiores do que se consegue com a certificação participativa dos agricultores agroecológicos.

A Hortaliças Sempre Verde, por ser uma empresa rural com certo poder aquisitivo, consegue contratar técnicos e, assim, garantir uma maior rentabilidade à produção e, conseqüentemente, ter controle sobre toda a cadeia produtiva, além de observar os desafios que o mercado impõe e, assim, continuar atendendo aos clientes. Ver relato de funcionário da rede Walmart de supermercados:

A Hortaliças Sempre Verde é uma empresa regional aqui no Nordeste entendeu, ela fica bem pertinho aqui na zona rural de Alagoa Nova Paraíba, ela oferece orgânicos pra nós e também convencional, ela fica na zona rural de Alagoa Nova. Aí quem compra é o comercial que compra a ela. O comercial que é a central lá de Recife é quem compra prá 42 lojas do Walmart espalhadas pelo Nordeste. Aí a empresa em si tem uma parceria com a Hortaliças Sempre Verde só para trazer esse ramo de orgânico.¹⁴ (Funcionário do Walmart, 2018).

Este funcionário da Walmart ressalta que, pela vantagem da localização é viável para a empresa comprar produtos da Hortaliças Sempre Verde. *“Aí quem compra é o comercial entendeu, eles compram fazem uma compra grande prá distribuir pra todas as lojas, as 42 lojas do Nordeste”*¹⁵. Tem um escritório regional da Walmart em Recife

¹⁴ Entrevista com um funcionário da Walmart, responsável pelo setor de hortifrutigranjeiros, em Campina Grande – PB, em 04/05/2018.

e esse é responsável por distribuir esses itens de acordo com os pedidos de cada loja nas diversas redes do Nordeste.

Apesar da legalidade da terra, os agricultores não têm controle sobre a cadeia produtiva integrada à empresa Hortaliças Sempre Verde. Temos, ao final, um caso de expropriação muito singular, em que a empresa retira dos agricultores familiares agroecológicos não só o lucro das hortaliças, mas a forma de produzir, a cultura e uma história de vida uma vez que são direcionados a produzir o que a empresa necessita, que não privilegia a autonomia familiar e a valorização dos aspectos endógenos.

Considerações Finais

A ilusão de uma renda imediata faz com que os agricultores familiares agroecológicos não tenham os malefícios nessa relação no longo prazo. A integração, nesse caso, tem levado à dependência, e à sujeição. O fato de a empresa localizar-se próximo aos agricultores foi primordial para a consolidação dessa complexa parceria.

Torna-se vantajoso economicamente ter os agricultores integrados, pois estão trabalhando exclusivamente para a empresa quando destinam a ela toda a sua produção. A Hortaliças Sempre Verde não paga honorários, não tem despesas trabalhistas e não paga mão-de-obra, pelo contrário, todo o custo é mantido pela família, assim como o transporte da mercadoria até o galpão. Dessa forma, a fragmentação territorial da Sempre Verde e sua forma de produção também é atribuída aos agricultores agroecológicos, pois estes, ao se integrarem e ela fazem parte da sua extensão produtiva. O custo que a empresa tem é no começo da produção com distribuição de parte das sementes, dos kits de irrigação e do adubo, caso os agricultores precisem, para depois, aos poucos, irem liquidando esse “empréstimo”. O restante das despesas é por conta dos agricultores familiares.

REFERÊNCIAS

ALTIERI, Miguel. **Agroecologia**. A Dinâmica produtiva da agricultura sustentável. 5. Ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.

ALVES, Eliseu; CONTINI, Elisio; HAINZELIN, Étienne. Transformações da Agricultura Brasileira e Pesquisa Agropecuária. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, v. 22, n. 1, p. 37-51, jan./abr. 2005.

CARVALHO, Cynthia Xavier de. **Agroecologia, movimento social e campesinato no Agreste da Paraíba**. 2008. Tese de doutorado. Universidade Federal da Paraíba / Universidade Federal de Campina Grande. João Pessoa, 2008.

COMUNELLO, Felipe José. Movimentos Sociais, Agroecologia e Circuitos no Capitalismo. **RURIS**, v 6, n. 1, mar. 2012.

ESCOLA, R.; LAFORGA, G. O mercado de produtos orgânicos: abordagem da produção orgânica no município de Itápolis. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 45. 2010. Campo Grande – MS. **Anais eletrônicos...** Campo Grande: SOBER, 2010.

GUZMÁN, Eduardo Sevilla. A perspectiva sociológica em Agroecologia: uma sistematização de seus métodos e técnicas. **Revista de Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, Porto Alegre, v.3, n.1, p. 18-28, jan./mar.2002.

MARIANO NETO, B. **Abordagem territorial e enfoques agroecológicos no Agreste/Brejo paraibano: desenhos, arranjos e relações**. 2006. Tese de Doutorado (Doutorado em Sociologia), Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2006.

MATIAS, Thiago Lima. **Atores em rede na promoção da Agroecologia: um estudo das feiras agroecológicas da Microrregião de Campina Grande-PB**. 2016. Dissertação de mestrado (Mestrado em Desenvolvimento Regional da Universidade Estadual da Paraíba) Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande, 2016.

MEIRA, Suzana Gotardo de; CANDIOTTO, Luciano Zanetti Pessoa. A organização de produtores nos municípios de Francisco Beltrão e de Verê – PR para a comercialização de alimentos orgânicos. **Revista de Geografia (UFPE), Recife**, v. 28, n. 1. Jan. 2013.

NIEDERLE P. A.; ALMEIDA, L.; e VEZZANI, F. M. (org) **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013.

NOVAES, H; DAGNINO, R. **O fetiche da Tecnologia**. 2004. Disponível em <http://revistas.marilia.unesp.br>, 2004. Acesso em: 03 Abr. 2020.

OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino. **Modo de produção capitalista, agricultura e reforma agrária**. FFLC: São Paulo, 2007.

PAULA, Nilson M. de. Pequenas e médias empresas na indústria agroalimentar. In: MALUF, Renato Sergio; WILKINSON, John (Org.). **Reestruturação do sistema agroalimentar: questões metodológicas e de pesquisa**. Rio de Janeiro: REDCAPA, 1999.

PAULINO, Jonatta Sousa. **O campo científico e a Agroecologia no Brasil: atores, discursos e políticas públicas**. 2016. Tese de doutorado (Doutorado em Ciências Sociais UFCG). Campina Grande. 2016.

PLOEG, Jan Douwe Van der. Mercados aninhados recém-criados: uma introdução teórica. In:

MARQUES, Flavia Charão, CONTERATO Marcelo Antônio e SCHNEIDER, Sergio. **Construção de Mercados e Agricultura Familiar: Desafios para o Desenvolvimento Rural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

SILVA, José Graziano da. O Novo Rural Brasileiro. **Revista Nova Economia**, Belo Horizonte, v 7, n., p.43-81, maio.1997.

SILVEIRA, Paulo Roberto Cardoso da. **Conflitos e Desafios na Comercialização de Produtos Orgânicos nas Grandes Redes de Supermercados: O Caso dos Processados Orgânicos no Rio Grande do Sul**. 2009. Disponível em: (<http://www.sober.org.br/palestra/13/1035.pdf>). (Acesso em: 12 fev 2020).

SCHNEIDER, Sergio. Mercados e Agricultura Familiar. In: MARQUES, Flavia Charão, CONTERATO Marcelo Antônio e SCHNEIDER, Sergio. **Construção de Mercados e Agricultura Familiar: Desafios para o Desenvolvimento Rural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

TORRES, Pedro Antonio Gaddo. **Agroecologia e Agricultura Familiar: Mais do que a mudança na base produtiva o desenvolvimento de uma visão empresarial pelo pequeno agricultor. O caso de Dom Pedro de Alcântara (RS)**.2008. Trabalho de Conclusão de curso (Geografia), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

WILKINSON, John . Os mercados não vêm mais do “Mercado”. In: MARQUES, Flavia Charão, CONTERATO Marcelo Antônio e SCHNEIDER, Sergio. **Construção de Mercados e Agricultura Familiar: Desafios para o Desenvolvimento Rural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

Recebido em 29/07/2020. Aceito para publicação em 30/06/2021.
--