



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE - UFS
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA - POSGRAP
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA - NPGEO

“30 ANOS DE CONTRIBUIÇÃO À GEOGRAFIA”
São Cristóvão, 29 e 30 de Agosto de 2013.



AS REDES DE COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA NO ESTADO DE SERGIPE

José Wagner Costa de Santana¹

Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Geografia
Universidade Federal de Sergipe.

wagnersantanageo@ig.com.br

Vera Lúcia Alves França²

Orientadora e professora do Departamento de Geografia – UFS.

verafranca@gmail.com

O estudo das redes de comercialização agrícola, no Estado de Sergipe, se constitui em tema de tese de doutoramento em construção, cuja análise considera as reflexões teórica e empírica sobre os principais elementos presentes na dinâmica do mercado agrícola, na formação e cristalização espacial das redes e na consolidação de territórios. Nesse sentido, o problema a ser desmistificado, ao longo do trabalho, como categoria de análise é: o mercado agrícola, enquanto elemento econômico impulsionador da organização espacial e das redes de comercialização constituídas no e a partir do Estado de Sergipe.

A dinâmica do mercado agrícola sergipano apresenta relações com os circuitos superiores e inferiores, numa sintonia esquizofrênica entre os níveis dos mercados: global, regional e local. Assim, a comercialização agrícola se constitui em importante temática de pesquisa, diante da dinâmica e das mudanças decorrentes do acelerado processo de globalização que integra e exclui os mercados produtores e os de consumo, bem como, a constituição das antigas e novas fronteiras agrícolas. Enquanto, a circulação das mercadorias agrícolas entre os mercados de produção e os mercados de consumo compõe os diferentes tipos de espacialização que veem sendo identificados e analisados.

A metodologia adotada no desenvolvimento da pesquisa leva em consideração a aplicação dos princípios de investigação teórica e empírica, sendo realizada a investigação e identificação dos autores e suas contribuições para o debate; bem como, o levantamento de dados e informações em fontes primária e secundária, de forma direta e indireta, para realizar

¹ Doutorando em Geografia (NPGEO/POSGRAP/UFS).

² Graduada em Licenciatura e Bacharelado em Geografia (UFS, 1980), Mestre em Geografia (UFS, 1988) e Doutora em Geografia (UESP/JMF, 1997).

as análises dos fatos e fenômenos identificados com as pesquisas, sendo representados através de cartogramas.

Entre as fontes de informações secundárias e indiretas, merecem destaque os dados censitários do IBGE, de comercialização do MDIC, de produção e comercialização das instituições de classes. Na coleta é levado em consideração a importância, as quantidades e os valores dos principais produtos agrícolas produzidos e comercializados e suas respectivas áreas de produção. Também estão sendo levantadas as informações, junto às organizações, empresas e instituições públicas e privadas que atuam com o comércio agrícola.

No trabalho de campo vem sendo desenvolvida a investigação direta, realizada por meio de entrevistas junto aos agentes de comercialização, nas instituições públicas, nas unidades de produção, nos estabelecimentos comerciais, em visitas aos principais pontos de venda no Estado de Sergipe e fora deste. Durante as entrevistas e visitas é realizado o registro fotográfico, dos aspectos relevantes que contribuem para esclarecer às questões da pesquisa.

A análise dos mercados agrícolas e a sua organização espacial consiste em abordar a articulação de duas categorias complementares, entre si. A primeira delas é o elemento econômico que contribui para a construção de unidade espacial, organizada para atender aos agentes econômicos e sociais, mediante o controle da comercialização dos produtos agrícolas, que atende às demandas do consumo e às mudanças no hábito de vida do homem, que na passagem do nomadismo para o sedentarismo, passaram a ser atendidas com o cultivo de plantas e animais. Assim, a principal característica do comércio agrícola é a prática da troca e venda de parte ou do total da produção. Nesse sentido, os mercados agrícolas se formam como possibilidade de atender regularmente a necessidade de acesso a alimentos primários ou transformados, para o consumo e se apresenta como forma de organização socioeconômica (CORRÊA, 2003, p. 54). A segunda categoria de análise, a organização espacial é concebida na pesquisa como as formas apresentadas pelos mercados agrícolas, e que corresponde aos processos de produção, circulação, consumo, controle e decisão. Estes por sua vez, implicam na localização do mercado; no fluxo da força de trabalho e o deslocamento dos produtos como matéria-prima em transformação e; na realimentação das áreas de consumo para as áreas de controle e decisão (CORAGGIO, 1979; e CORRÊA, 2003).

No desenvolvimento da pesquisa, o mercado agrícola sergipano é concebido como unidade espacial, com papel fundamental na comercialização agrícola, uma vez que, indica a dinâmica da atividade agrícola mediante a capacidade de apresentar a dimensão dos mercados por meio de um ponto ou a reunião de conjunto de pontos, localizados espacialmente de modo concreto ou abstrato (DINIZ, 1986).

Além dos aspectos citados sobre o mercado agrícola, há outros a serem constatados, no decorrer do trabalho, decorrentes dos desafios da contemporaneidade, que afetam a agricultura mundial, brasileira e sergipana, com a qual se pretende contribuir no desenvolvimento da pesquisa, inclusive sobre a territorialização da comercialização agrícola.

No desenvolvimento da pesquisa, a identificação das redes de comercialização agrícola em Sergipe, vem apresentando relações estreitas com as mudanças cada vez mais rápidas que ocorrem na agricultura, como: as relações e os acordos econômicos mundiais, a expansão e o encolhimento dos mercados, bem como, ao surgimento de blocos econômicos e a abertura da econômica. Por sua vez, a cristalização das redes vem se efetivando nas sociedades capitalistas avançadas, com as formas complexas de organização espacial, além de os inúmeros centros urbanos e as densas redes articuladas interna e externamente, ou seja, da condição de existência de uma rede que se interliga a outra rede e, assim, sucessivamente. A formação das redes e sua sobreposição refletem a enredada divisão social e territorial do trabalho organizada para si mesma, com dotação de poderosos mercados que implica sólidas relações em diferentes ordens e escalas (CORRÊA, 2003).

Em concordância com as propostas de Raffestin (1993), Angelis (2005) e de Dias (2007) sobre as propriedades das redes complexas, a pesquisa concebe a existência do conjunto de propriedades geográficas que ajudam a explicar o comportamento e a ação das diferentes redes presente na comercialização agrícola. Na comercialização agrícola do Estado de Sergipe, as redes compostas por seus respectivos mercados apresentam propriedades que servem para caracterizar os diferentes tipos e níveis de integração como: a conexidade, o agrupamento e aglomeração, os caminhos, os componentes, a correlação, a dimensão, a distribuição, a estrutura, o grau, o padrão, a reciprocidade, a liberdade de escala, a resiliência e a transitividade. A definição das características das redes de comercialização agrícola estabelece estreita relação com outros tipos de redes como, por exemplo, as de telecomunicações, tecnologias, informações e transporte, com as quais é possível a ação simultânea que permite o aumento ou a redução de velocidade e aceleração na circulação dos produtos e serviços agrícolas, na perspectiva de construir e desconstruir os espaços geográficos, dando-lhes a conotação de compressão ou expansão do mundo.

A pesquisa se encontra em andamento, mesmo assim, alguns apontamentos já se delineiam à guisa de conclusões, dentre as quais, merecem destaque, na atualidade, a comercialização agrícola no Estado de Sergipe contribui para a organização espacial dos mercados agrícolas, de acordo com a dinâmica que envolve os atores sociais, da produção ao consumo, em diferentes estados e formas de apresentação.

A cristalização das redes de comercialização agrícola sergipana vem se efetivando de modo semelhante às sociedades capitalistas e sua organização espacial apresenta formas complexas, compostas por centros urbanos e densas redes articuladas interna e externamente. A sobreposição das redes reflete a enredada divisão social e territorial do trabalho organizada para si mesma, e os mercados em diferentes ordens e escalas.

As evidências iniciais indicam que as relações comerciais contribuem para a consolidação dos territórios de domínio das empresas, dos comerciantes, dos agricultores familiares e da agricultura para o mercado e que, os espaços voltados para a comercialização agrícola configuram redes integradas nos níveis global, regional e local. No caso do Brasil e em Sergipe, a formação das redes de comercialização agrícola é recente, embora a formação dos territórios de domínio da agricultura, para a exportação é antiga. Além de a comercialização agrícola sergipana formar redes internas e externas, comum nos mercados capitalistas com suas imbricações.

REFERÊNCIAS

ANGELIS, A. F. de. **Redes Complexas**. IFSC/USP/Fapesp. São Paulo, 2005.

CORAGGIO, J. L.. **Considerações teórico-metodológicas sobre as formas sociais de organização do espaço e suas tendências na América Latina**. Planejamento, Salvador, 1979.

DIAS, L. C.. Redes: emergência e organização. In: CASTRO, I. E.. e GOMES, P. C. da C. (Org.). **Geografia: conceitos e temas**. 10ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007. 141-162 pp.

CORRÊA, R. L.. **Região e organização espacial**. 7ª ed.. São Paulo: Ática, 2003, 93 p.

DINIZ, J. A. F.. **Geografia da Agricultura**. 2ª Ed. São Paulo: Difel, 1986.

RAFFESTIN, C.. **Por uma geografia do poder**. Tradução. Maria C. F.. São Paulo: Ática, 1993.

Eixo Temático: Análise Regional