

Estratégias de Comunicação de Organizações da Sociedade Civil e da Agricultura Familiar para o Abastecimento Alimentar em Tempos de Pandemia da Covid-19¹

Giuseppe Wellinberg Guilherme Bandeira²
Centro Universitário Maurício de Nassau - PE

Nataly de Queiroz Lima³
Centro Universitário Maurício de Nassau - PE

Resumo

Este paper é resultado de uma pesquisa de conclusão de curso, a qual analisou a relação entre a comunicação, no ambiente da cibercultura, e o acesso à alimentação saudável e adequada para populações em vulnerabilidade social, em especial neste período de pandemia. Para tal, foram considerados os dados coletados nacionalmente na pesquisa “Ação Coletiva Comida de Verdade: aprendizagem em tempos de pandemia”, realizada pela Articulação Nacional de Agroecologia e um conjunto de organizações, buscando perceber como as experiências de abastecimento alimentar se apropriam das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) para responder aos desafios de acesso à comida de verdade, . A partir da sistematização de dados diretamente relacionados às ações e estratégias de comunicação e da investigação de um estudo de caso em Pernambuco (PE), foi possível perceber de que forma a comunicação foi empregada na mobilização e articulação de redes solidárias de comercialização de alimentos durante a pandemia da Covid-19.

Palavras chave: comunicação popular; cibercultura; abastecimento alimentar; agroecologia; pesquisa participante

Desenvolvimento

A luta pela garantia de acesso à alimentação saudável para a população brasileira, sobretudo para a parcela que se encontra em vulnerabilidade social, tem raízes históricas. A discussão sobre Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (SSAN) esteve conectada a diversos movimentos e processos de luta.

¹ Trabalho apresentado no GT 03 (**Redes Sociais e Ativismo Midiático - CBCC**) da XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2020-2021, de 22 a 24 de junho de 2021, na modalidade online – realizada ABPCOM – Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã e UNESP – Universidade Estadual Paulista / FAAC – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Departamento de Comunicação.

² Estudante de jornalismo no Centro Universitário Maurício de Nassau, ativista e comunicador popular na Associação Brasileira de Agroecologia (ABA) e na Articulação Nacional de Agroecologia (ANA), email: giubandeira@gmail.com

³ Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco e professora do curso de Jornalismo no Centro Universitário Maurício de Nassau, e-mail: queiroz.nataly@gmail.com

No Brasil, o primeiro esforço de olhar para o tema da SAN é trazido por Josué de Castro em sua “Geografia da Fome”, cuja primeira edição data de 1946.

Durante a década de 1970, essa trajetória foi marcada pela incidência de uma articulação social expressiva pautada na produção agrícola, que ficou conhecida como o movimento da agricultura alternativa. Como aponta Petersen (2012), esse movimento se caracteriza como:

Um modelo alternativo à agricultura industrial era o que reclamava um expressivo segmento da sociedade alarmado com as perversas consequências sociais e ambientais resultantes do projeto de modernização posto em marcha a partir da década de 1960 pelo Estado Brasileiro em aliança com setores agrários conservadores e com empresas dos ramos da agroquímica e da motomecanização (PETERSEN, 2012, p. 7).

Progressivamente, a busca pelo direito à alimentação adequada aproximou-se da defesa e retomada de práticas ecológicas de plantio e manejo dos agroecossistemas. Ao longo de sua construção histórica, o movimento de agricultura alternativa foi se transformando sobretudo nos seus processos políticos e hoje suas bases se encontram no que conhecemos como Agroecologia. Compreendida enquanto ciência, movimento e prática social, a Agroecologia propõe uma mudança radical e necessária na produção de alimentos, também como crítica à agricultura industrial (ALTIERI, 2012).

A Síndrome Respiratória Aguda Grave de Coronavírus 2 (SARS CoV-2), mais comumente conhecida por Covid-19, expõe desigualdades e problemas sociais e de saúde, como a desnutrição e a obesidade, que agravam a situação de risco de pessoas infectadas, além das desigualdades ambientais, a exemplo das mudanças climáticas, que há décadas afetam os sistemas agroalimentares. Para alguns autores (ALTIERI, 2020; HORTON, 2020; NICHOLLS, 2020), a pandemia da Covid-19 pode ser reflexo do modelo industrial e capitalista de produção de alimentos, que se baseia no uso exploratório dos recursos naturais não renováveis. A agricultura industrial, que substitui a diversidade de plantas cultivadas por monoculturas, “é uma atividade humana que implica a simplificação da natureza” (ALTIERI, 2012, p. 23).

O resultado final é a produção de um ecossistema artificial que exige constante intervenção humana. Na maioria dos casos, essa intervenção se dá na forma de insumos agroquímicos que, embora elevem a produtividade, acarretam vários custos ambientais e sociais indesejáveis (ALTIERI, 2012, p. 23).

Como apontam Altieri e Nicholls (2020), o fato de menos espécies de cultivos estarem alimentando o mundo suscita preocupações com relação à nutrição humana, bem como com a resiliência do sistema alimentar global.

Atualmente, a sociedade mundial vivencia um processo de inflexão profunda, a crise sanitária (e civilizatória) causada pela pandemia da Covid-19 eleva a patamares mundiais a necessidade de isolamento e distanciamento social, além de colocar em xeque práticas cotidianas que, em alguma medida

– direta e/ou indiretamente – tem parcela de responsabilidade neste cenário atual. Neste sentido, um dos principais desafios a ser enfrentado tem relação direta com um direito humano básico, necessário à própria existência humana, o do acesso da população à comida de verdade⁴. Discussão trazida pela Carta Política da 5ª Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (CNSAN), do ano de 2015, que teve como tema “Comida de verdade no campo e na cidade: por direitos e soberania alimentar”:

Comida de verdade é a salvaguarda da vida e do planeta, é saúde, é justiça socioambiental, é direito humano. Ela começa já com o aleitamento materno e deve ser assegurada em todo o ciclo de vida. Sua plena realização requer que os povos tenham acesso à água e possam exercer o direito soberano de produzir e consumir alimentos saudáveis, variados, in natura ou minimamente processados, com preços acessíveis, provenientes de sistemas socioambientalmente sustentáveis, como os sistemas agroecológicos e circuitos de comercialização direta (CONSEA, 2015, p.21).

A pandemia impactou negativamente tanto o consumo, no acesso aos alimentos, quanto a produção, no escoamento desses bens. De um lado, a restrição de mobilidade imposta pela necessidade de isolamento social levou ao fechamento de feiras livres e outras formas de comercialização da produção; milhares de famílias da agricultura familiar ficaram impossibilitadas de comercializar os alimentos produzidos em seus territórios. De outro, a crise econômica agravou a situação de muitas famílias com relação às possibilidades de compra de alimentos. Contudo, mesmo diante de tamanha crise, foi possível identificar, sobretudo nos meios digitais de comunicação, iniciativas diversas de abastecimento local e popular organizadas por movimentos sociais, organizações (públicas e privadas), cooperativas e comunidades que sustentam a agricultura - CSA⁵, além de outros coletivos formais e informais, que proporcionam às pessoas, comunidades, organizações assistenciais e programas públicos a manutenção do acesso a alimentos adequados e saudáveis.

A agroecologia representa um exemplo inspirador de uma abordagem sistêmica poderosa e, neste momento da pandemia de coronavírus, a agroecologia pode ajudar a explorar os vínculos entre agricultura e saúde, demonstrando que a maneira como a agricultura é praticada pode por um lado, promover a saúde ou, pelo contrário, se for mal praticada, como na agricultura industrial, pode causar grandes riscos à saúde (ALTIERI, 2020; NICHOLLS, 2020, p. 1)

No Brasil, diversos grupos, coletivos, associações, organizações e movimentos sociais promovem a Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (SSAN) nos seus territórios, através dos princípios da

⁴ Comida de verdade é alimento com memória, cultura e afeto. Alimento que em sua trajetória produz vida, igualdade e justiça. Um poderoso prisma cultural que revela as identidades e os modos de vida de um povo. Não à toa, pesquisas e experiências que resguardam a alimentação como direito humano revelam a importância da agroecologia, do acesso à terra a povos indígenas e tradicionais e à territorialização das dinâmicas de abastecimento para a prevenção de todas as formas de má nutrição, da fome à obesidade, bem como para o fortalecimento das ações e políticas de soberania alimentar. Retirado do site www.acaocoletivacomidaverdade.org

⁵ O conceito de uma Comunidade que Sustenta a Agricultura (Community Supported Agriculture) denominada CSA, nos apresenta uma prática de sucesso para um desenvolvimento agrário sustentável e o escoamento de produtos orgânicos de uma forma direta ao consumidor, criando uma relação próxima entre quem produz e quem consome os produtos. Retirado do site www.csabrasil.org

Agroecologia. Duas grandes organizações de abrangência nacional têm se dedicado em particular à construção do campo agroecológico no país: a Associação Brasileira de Agroecologia (ABA-Agroecologia), uma associação científica que enraíza a agroecologia no campo de uma ciência reflexiva, crítica e cidadã; e a Articulação Nacional de Agroecologia (ANA), composta por mais de cem grupos, organizações e movimentos sociais que desenvolvem, em diferentes territórios, ações e estratégias que promovem e fortalecem as práticas e princípios agroecológicos.

Com o distanciamento físico, a internet aparece como o principal meio de comunicação e articulação entre sujeitos, grupos e redes, transpondo a centralidade que as feiras e mercados populares e locais mantinham. Observa-se que os atores do movimento agroecológico enfrentam desafios relacionados à gestão de informações, comunicação das suas ações e articulação entre produtores(as) e consumidores(as). Neste sentido, desde 2018 está em curso uma articulação entre a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), a Articulação Nacional de Agroecologia (ANA) e a Associação Brasileira de Agroecologia (ABA) uma parceria que prevê diferentes ações, entre estas a pesquisa (e ação), que coletou informações e analisou a melhor forma de reconstruir uma ferramenta tática capaz de dirimir muitos dos obstáculos presentes nos campos e nas cidades e que, em alguma medida, poderá potencializar outras estratégias de resistência: a plataforma Agroecologia em Rede (AeR).

Em julho de 2020 a ANA - que agrega diferentes coletivos acadêmicos e/ou organizações da sociedade civil - juntamente com a ABA se juntaram a outras 11 organizações⁶ num projeto de pesquisa intitulado “Ação Coletiva Comida de Verdade: aprendizagem em tempos de pandemia”, voltado para a identificação, sistematização e visibilização de experiências de redes de abastecimento alimentar durante a pandemia. Uma das atividades do projeto foi um mapeamento das heterogêneas iniciativas de facilitação de acesso a alimentos, comercialização, políticas públicas de abastecimento e assistência técnica e logística do abastecimento alimentar, com o intuito de “compreender como as experiências em curso contribuem para a construção e o fortalecimento de sistemas agroalimentares equitativos e sustentáveis” (AÇÃO COLETIVA COMIDA DE VERDADE, 2020).

O mapeamento da Ação Coletiva Comida de Verdade foi realizado entre 31 de julho e 31 de outubro de 2020. Um articulador regional atuou em cada macrorregião fomentando o mapeamento e auxiliando na coleta dos dados. A plataforma Colheita do AeR foi utilizada para a coleta de dados dessas experiências. Desse modo, o AeR assume uma essencialidade devido à sua capacidade agregadora de

⁶ Associação Brasileira de Agroecologia – ABA-Agroecologia, o Fórum Brasileiro de Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional, o Grupo de Estudos em Agricultura, Alimentação e Desenvolvimento – GEPAD, o Observatório de Políticas de Segurança Alimentar e Nutricional/UnB, o Centro de Referência em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional/UFRRJ, a Action Aid Brasil, a Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável, o Instituto Ibirapitanga, e a Global Alliance for the Future of Food.

iniciativas – no campo público e privado – mobilizando uma diversidade de experiências neste momento. Ao todo, foram coletados 307 (trezentos e sete) formulários de experiências em abastecimento alimentar protagonizadas por organizações, coletivos, redes e movimentos populares, e inseridos na plataforma do AeR. Este intenso e potente processo de mobilização ecoou em cada canto do país, nos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal.

O objetivo principal deste estudo foi analisar o papel da comunicação como um fator impulsionador no ambiente da cibercultura. Para tanto, os processos que envolveram a articulação e a mobilização de sujeitos e coletivos como organizações e entidades na construção e/ou consolidação de redes durante a pandemia da Covid-19 foram avaliados. Também foram consideradas variáveis de análises, se e como esta comunicação em rede contribuiu para o fortalecimento da agricultura familiar e, por conseguinte, para a promoção à alimentação saudável. Assim, analisamos como a comunicação foi empregada na mobilização e articulação de redes solidárias de comercialização de alimentos durante a pandemia da Covid-19, a partir do estudo de caso do mapeamento da “Ação Coletiva Comida de Verdade”. Para responder às demandas desse objetivo geral, foram elencados como objetivos específicos:

1. Identificar e refletir acerca das estratégias de comunicação direta presencial (offline) e virtual (online) desenvolvidas pelas organizações do projeto;
2. Verificar o tipo e o uso de redes mobilizadas a partir da experiência do projeto;
3. Compreender como as(os) agricultoras(es) familiares puderam reconfigurar suas formas de comunicação para garantir a comercialização de alimentos durante a pandemia da Covid-19.

Observando a experiência desenvolvida no projeto “Ação Coletiva”, as reflexões sinalizaram algumas hipóteses: a) Os principais canais de comunicação permaneceram sendo aqueles aos quais habitualmente tinham acesso (Whatsapp, Facebook, E-mail). b) Houve uma ampliação dos canais de comunicação durante a pandemia, ou seja, o grupo impulsionou a criação de novos perfis em redes sociais. c) Agricultoras(es) buscaram fortalecer suas iniciativas coletivas (grupos/ associações/ cooperativas) também do ponto de vista da comunicação, divulgando coletivamente as suas ações.

O alicerce metodológico desse estudo se assenta em métodos qualitativos e quantitativos referentes ao estudo de redes de mobilização e comunicação. A metodologia proposta dialogou ainda com os princípios da pesquisa participante, referenciada nos estudos de Brandão e Streck (2006) e utilizou as premissas da educação libertadora (FREIRE, 1982). Para tanto, foi acionada uma combinação entre as seguintes técnicas metodológicas: a análise documental e bibliográfica e a coleta de dados. Nessa última etapa, a investigação colheu dados e informações sobre as práticas comunicativas das iniciativas de abastecimento alimentar – cadastradas na plataforma Agroecologia em Rede (AeR) a partir do mapeamento da “Ação Coletiva Comida de Verdade: aprendizagem em tempos de pandemia” –, e da coleta de dados primários de um estudo de caso.

O estudo de caso da Região Nordeste também participou do mapeamento, sendo este uma iniciativa referente a estratégias de comercialização de alimentos. Desenvolvemos um formulário de coleta de dados, que foi disponibilizado via internet (com uma versão para uso online no site e outra versão para uso offline a partir do aplicativo ODK Collect) e contou com 39 questões, dentre perguntas fechadas e abertas, assim como quantitativas e qualitativas. O estudo analisou o conjunto de respostas – que em geral foram preenchidas de forma coletiva e colaborativa pelas redes, grupos e organizações que compõem o coletivo que coordenou a “Ação Coletiva”. Tendo como pano de fundo a perspectiva temporal da pandemia da Covid-19 e inserida no universo da cibercultura, a fundamentação teórica buscou problematizar o uso da internet e das tecnologias digitais através de aplicativos, canais de comunicação e aparelhos tecnológicos utilizados por esses grupos para comercialização dos seus alimentos. Já na construção do instrumento foi possível identificar distintos movimentos que indicaram algumas das principais costuras feitas por essas redes para escoar os alimentos produzidos.

Sob a "lupa" desses movimentos foi possível compreender se houve (e quais foram) as mudanças acerca das estratégias e dos canais de comunicação dessas experiências, considerando sobretudo o contexto do isolamento social, a proibição de circulação de pessoas/mercadorias e o fechamento dos mercados e das feiras livres. Neste processo construtivo e coletivo do instrumento – que exigiu por parte dos/das partícipes conexão/compreensão –, também foi possível constatar as desigualdades de acesso ao conhecimento, à comunicação e aos bens materiais e culturais. Diferenças que se evidenciam ainda mais quando se trata de atores rurais e/ou de classes mais empobrecidas da população. Em um segundo momento, a lente da pesquisa ampliou as reflexões dessas histórias a partir do método analítico: como estudo de caso. Nesse sentido, optou-se por estudar de forma mais aprofundada uma experiência de comercialização de alimentos localizada na região Nordeste do Brasil. Esse recorte se deu a partir de um roteiro de entrevista conduzido com os sujeitos envolvidos na experiência e que, direta ou indiretamente, atuaram como agentes comunicadores.

Novas tecnologias, comunicação e agroecologia

A comunicação é o fio que conecta as relações humanas e sociais e tece a construção do conhecimento humano. Segundo Freire (1968, p. 65), “o mundo humano e social, não existiria como tal se não fosse um mundo de comunicabilidade”. Na história de vida de camponeses e camponesas, de comunidades e povos tradicionais e originários, a comunicação foi traduzida em cantigas, em poesias, nas práticas festivas e religiosas, nos espaços coletivos de tomada de decisão, nos saberes populares passados oralmente de geração em geração.

O reconhecimento e a valorização das lógicas de funcionamento e dos hábitos comunitários, passados de geração em geração e que se mantêm vivos no seio das comunidades, são impulsionadores de processos de transformação nos territórios (ALMEIDA, 2020, p. 169). Como apontado por Paulo Freire (1983), a comunicação dialógica emerge e pode ser percebida nos espaços onde há interação, trocas de experiências, práticas e saberes entre os diferentes sujeitos e grupos – do campo – para construção dos conhecimentos coletivos. A exemplo das festas populares que têm como tema central o alimento, e das feiras livres que, ao mesmo tempo em que promovem a comercialização de alimentos também possibilitam a aproximação entre o campo e a cidade, além de proporcionar interação, diálogo e convergência entre o sujeito e os grupos com quem se comunica e estabelece as suas relações.

Aos grupos historicamente invisibilizados e marginalizados sempre coube a tarefa de denunciar as injustiças cometidas pelo Estado. É nesse sentido que os processos comunicacionais ganham força ao articular esses sujeitos, pela necessidade de entoar e unificar as vozes nos ambientes coletivos de partilha, escuta, trocas e tomadas de decisão. Assim, sujeitos e organizações articuladas em rede se mobilizam em torno de um objetivo comum para construir mudanças e reivindicar por justiça social. “Mobilizar é convocar vontades sob uma interpretação e um sentido também compartilhados” (TORO & WERNECK, 1996).

O uso cada vez mais acentuado das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) possibilita a participação e interação entre diferentes atores em diferentes lugares, em um ambiente virtual com fluxo de informações e ideias. Sobre essas conexões virtuais entre pessoas e grupos, Mercklé (2011) analisa que o resultado nas redes sociais online, é um fluxo ininterrupto de dados gerados, produzidos e reproduzidos entre os e as participantes.

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999, p. 17).

Durante o isolamento social, indivíduos, organizações, empresas, escolas e universidades tiveram que se adequar a uma realidade onde as interações físicas presenciais eram limitadas. Nesse contexto, a conexão digital assume um papel central nas relações humanas, tanto na esfera privada quanto na pública.

Embora o acesso à internet e às tecnologias digitais seja limitado a alguns grupos sociais – de acordo com a TIC Domicílios 2019, em áreas rurais domicílios com internet somam 50% – a interatividade gerada pela produção e recebimento de conteúdos fortalece ações sociais diversas, conseqüentemente “os serviços de orientação e de visibilização de ofertas se multiplicam” (LÉVY, 1999,

p. 62), como as iniciativas de abastecimento alimentar mapeadas e cadastradas pela Ação Coletiva Comida de Verdade.

Neste cenário no qual os fluxos comunicacionais entre sujeitos se dão sobretudo nas redes sociais online e mídias digitais, organizações e movimentos populares também têm assumido o protagonismo das suas narrativas através do uso de suas linguagens, e têm também refletido sobre que estratégias de comunicação permitem estreitar os diálogos entre o campo e a cidade, aproximando quem produz de quem consome e promovendo, sobretudo, o acesso à alimentação adequada.

Aspectos da comunicação nas experiências mapeadas pela Ação Coletiva Comida de Verdade

Das 307 experiências que participaram do mapeamento, 293 autorizaram a publicação das informações coletadas de modo que os resultados pudessem ser disponibilizados para outras organizações e grupos de pesquisa para fins de pesquisa. Dessa forma, a análise que se segue foi feita com base nessas 293 iniciativas.

Nossa análise aborda o bloco relacionado às estratégias de comunicação, ou seja, engloba um conjunto de 02 perguntas mais as opções de inserção de anexos (links, imagens, publicações etc), sendo elas:

- Que tipo(s) de ferramenta(s) utiliza para se comunicar com os/as envolvidos/as na experiência?
- Que tipo(s) de ferramenta(s) utiliza para divulgar a experiência?
- Caso exista algum canal de comunicação criado, insira o link;
- Caso exista, compartilhe links para acesso a matérias veiculadas em mídias digitais, vídeos e outros documentos sobre essa experiência;

Quando se pergunta sobre os tipos de ferramentas que utiliza (tanto para se comunicar com os/as envolvidos/as na experiência quanto para divulgar a experiência), o Whatsapp desponta em primeiro lugar, sendo utilizado por quase 283 das experiências, seguido do uso do Instagram (197), Facebook/Messenger (196), telefone (153), e-mail (126), aplicativos desenvolvidos pela organização (24) e Twitter (17).

As respostas aos formulários também apontam um aumento considerável na produção de materiais de comunicação – gráficos e textuais – como estratégia de divulgação de suas ações e serviços, dentre eles as feiras online e iniciativas de entrega em domicílio através de meios digitais de comunicação – sites, aplicativos, mídias e redes sociais. Aqui ganha relevo o uso dos grupos de Whatsapp para compartilhamento e recebimento de informações. Nota-se aqui, que a grande maioria das experiências cadastradas fazem uso de mídias digitais, aplicativos e perfis em redes sociais para dar visibilidade aos serviços de comercialização.

Segundo Tatiane Botelho (2020), coordenadora da Rede de Agroecologia Povos da Mata do estado da Bahia, em entrevista concedida à equipe de comunicação da ACCV, as estratégias de comunicação tornaram-se aliadas na superação dos desafios colocados sobre o contexto da pandemia:

Nossa principal aliada para continuar fortalecendo os processos diante da pandemia é a tecnologia. Para garantir a comercialização, os agricultores passaram a utilizar mais o Whatsapp como ferramenta de comunicação. Eles enviam a lista de produtos disponíveis e o consumidor vai buscar nas Estações Orgânicas ou outros espaços de retirada (BOTELHO, depoimento concedido em entrevista à equipe de comunicação da ACCV, 2020).

A comunicação e a utilização dos meios digitais também se apresentam como aliadas para a garantia do escoamento dos alimentos de outras iniciativas na região Nordeste. No estado de Sergipe, como apontado por Patrícia Santos (2020), presidente da Associação de Catadoras e Catadores de Mangaba da Barra dos Coqueiros:

A auto-organização é o que tem nos salvado diante de tantos desafios. Como as unidades são distribuídas em vários locais do estado, criamos coletivamente um esquema de rodízio. A cada semana, os pedidos realizados pelo site são atribuídos a uma unidade. As mulheres daquela unidade já sabem que deverão se preparar para fornecer, recebem o pedido e encaminham. Os produtos são encaminhados para entregas em domicílio (delivery) ou podem ser coletados em uma Central de Distribuição instalada na Sede do IPan, em Aracaju, através do serviço drive-in (SANTOS, depoimento concedido em entrevista à equipe de comunicação da ACCV)

O Centro de Desenvolvimento Agroecológico Sabiá (Centro Sabiá) é uma organização não governamental que desde a década de 1990 atua fortemente no estado de Pernambuco para a promoção e fortalecimento da agricultura familiar de base agroecológica. Especialmente dedicando-se a ações voltadas para o reconhecimento e a importância da participação de mulheres e jovens na construção e promoção da agroecologia, além de apoiar na criação participativa de canais de comercialização, sendo pioneira a encabeçar as experiências das feiras agroecológicas no estado.

Em outubro de 2018, o Centro Sabiá inaugurou na cidade do Recife, em Pernambuco, a “Agroecoloja Recife”. Um espaço de cunho social, dedicado à comercialização de alimentos agroecológicos in natura e beneficiados/artesanais, como estratégia de promoção do escoamento dos alimentos produzidos pelos(as) agricultores(as) assessorados(as) pela organização, bem como os(as) de redes parceiras.

No início da pandemia da Covid-19 (no Brasil, em meados de março), orientadas pelas normas de segurança para minimizar os riscos de contaminação do vírus, diversas famílias agricultoras, principalmente as com membros familiares dos grupos de risco, deixaram de ir às feiras, e os que permaneceram perceberam a redução das vendas, pois muitos consumidores(as) deixaram de frequentar

esses espaços em detrimento do isolamento social, como apontado por Fantuzzi (2020), em resposta concedida no formulário.

É nesse contexto, que nasce a iniciativa das “Cestas Agroecológicas”, uma estratégia criada conjuntamente pelo Centro Sabiá, a Agroecoloja e as famílias agricultoras da Associação Ama Terra, em Gravatá - PE, para promover o escoamento dos alimentos produzidos nesses territórios. A ideia foi criar um canal de comercialização que fosse seguro para as e os agricultores e também para as e os consumidores. Segundo as respostas descritivas concedidas no formulário, um dos principais e primeiro desafio a ser superado pela Agroecoloja Recife foi a demanda surgida para entrega em domicílio, que até aquele momento não existia de maneira expressiva. Um segundo elemento apontado como desafio foi o da escolha da não utilização de aplicativos de entrega hegemônicos, devido às relações de exploração que exercem sobre as e os trabalhadores. De acordo com resposta concedida ao formulário:

Um modelo de funcionamento onde ofertamos semanalmente 05 tipos de cestas com configurações e preços diferentes. As cestas saem prontas do campo e são retiradas pelos consumidores na Agroecoloja. Depois de um mês de funcionamento passamos a oferecer também a opção da entrega na casa das pessoas. Todo o pagamento é feito através de boletos bancários, evitando assim a circulação de papel moeda que também pode ser mais um vetor de contaminação da Covid-19 (FANTUZZI, informação concedida ao autor, 2020).

O assessor técnico aponta ainda que as vendas tiveram aumento com a possibilidade das entregas em domicílio, divulgadas amplamente nos canais de comunicação da organização, atingindo um número de aproximadamente 33 cestas por semana. Mas à medida que a flexibilização e a reabertura do comércio aconteciam, o número de vendas diminuiu quase 50%. Para Fantuzzi (2020) isso ocorreu devido ao modelo de “negócio” das Cestas Agroecológicas, que é da configuração pré-determinada dos alimentos que compõem a cesta, para ele um limitador do modelo implantado, já que as famílias não têm a possibilidade de indicar que produtos seriam de sua preferência.

Nesse sentido, Fantuzzi (2020), indica algumas reflexões importantes de serem evidenciadas. Entre elas, o modelo de cestas com configuração pré-determinada dos alimentos foi implantado, primeiro, pelo fato da iniciativa não ter um modelo de vendas, em segundo lugar, pelas vendas acontecerem por Whatsapp ou telefone. Do contrário, a possibilidade de escolha a partir de um cardápio implicaria a iniciativa de ter uma equipe disponível para atender as demandas e listar os alimentos e pedidos, um por um, de forma manual. Aqui, há um elemento importante a ser compreendido sobre essa iniciativa: a estratégia das cestas não remunera a Agroecoloja. Quase que todos os custos das cestas são subsidiados, e as e os agricultores recebem praticamente o valor integral do valor das vendas, o único percentual retirado é para pagar o serviço de entrega.

Os principais canais de comunicação utilizados pela Agroecoloja, são os perfis nas redes sociais Instagram e Facebook.⁸ São produzidos semanalmente materiais de comunicação que discorrem e informam sobre temas transversais à agroecologia. No que cabe à divulgação das Cestas Agroecológicas para promover o acesso à comida de verdade, conforme apontado por Fantuzzi (2020), as estratégias de comunicação se orientaram pela perspectiva das interações nas redes sociais, já citadas acima, bem como o compartilhamento nos perfis dos grupos, associações e organizações parceiras e o compartilhamento em grupos de Whatsapp.

A experiência da Agroecoloja, em conjunção aos dados apontados pela pesquisa do ACCV, apontam que muitas estratégias foram criadas levando em consideração os acúmulos anteriores e a construção de estratégias economicamente sustentáveis e comunitariamente gerenciais para além da pandemia da Covid-19. Como aponta a Coletiva de Comunicação da ANA na publicação organizada por Schmitt et al. (2020), duas dinâmicas são observadas e cultivadas no fazer da comunicação popular: 1) “comunicar para dentro” da própria rede e 2) de “comunicar para fora” do campo de ação da sociedade civil organizada. Segundo os aprendizados sistematizados pela Coletiva esses são desafios que “estão colocados, de forma simultânea e permanente, para o movimento agroecológico”.

O reconhecimento e a valorização das lógicas de funcionamento e dos hábitos comunitários, passados de geração em geração e que se mantêm vivos no seio das comunidades, são impulsionadores de processos de transformação nos territórios (Schmitt et al., 2020).

Conclusão

A proposta deste trabalho foi analisar como a comunicação – no ambiente da cibercultura e através do uso das mídias digitais e redes sociais –, promoveu o acesso à alimentação saudável e adequada, a partir dos dados coletados nas experiências cadastradas na pesquisa Ação Coletiva Comida de Verdade: aprendizagem em tempos de pandemia.

A primeira fase da ACCV foi encerrada no dia 26 de novembro de 2020, com o seminário virtual intitulado Comida de Verdade em tempos de crise: construindo sistemas agroalimentares sustentáveis. Dos debates apresentados na ocasião, bem como da minha participação na pesquisa, como articulador da macrorregião Nordeste, cabe aqui evidenciar elementos importantes acerca dos aprendizados colhidos neste intenso processo de mobilização.

Observando as iniciativas cadastradas na pesquisa ACCV, foi possível evidenciar que as(os) agricultoras(es) familiares reconfiguraram suas formas de comunicação utilizando as tecnologias de comunicação e divulgando coletivamente as suas ações. Isso foi realizado a partir de processos que envolveram a articulação e a mobilização de sujeitos e coletivos, como organizações e entidades, na

construção e/ou consolidação de redes durante a pandemia da Covid-19, para garantir a comercialização e o acesso a alimentos saudáveis.

Nesse sentido, notamos também a implementação de novos canais de comercialização, como as iniciativas de feiras online e de serviços de entrega a domicílio, como a apresentada no estudo de caso. Soma-se a isso a utilização dos meios digitais de comunicação, aplicativos e redes sociais online para divulgar, informar, difundir e estreitar os diálogos entre o campo e a cidade.

Como aponta a Coletiva de Comunicação da ANA de 2020, Redes de Agroecologia para o Desenvolvimento dos Territórios: Aprendizados do Programa Ecoforte e a Carta Política do IV ENA, a comunicação comunitária, popular, alternativa e livre faz cada vez mais parte da agroecologia. Pensar a cultura e a comunicação na agroecologia é repensar nossa história, tendo como princípio as perspectivas apresentadas pelos povos indígenas, quilombolas, povos tradicionais de matriz africana, povos de terreiro e comunidades tradicionais. Isso é colocar em primeiro plano a perspectiva desses povos. A comida, a espiritualidade, a música, os cuidados integrais com a saúde e outras inúmeras expressões são práticas culturais cotidianas dos povos e nos apontam modos distintos de viver e de se relacionar com os lugares e com as pessoas.

Para além da discussão proposta no tema desta monografia, há elementos subjetivos surgidos nesta feita e que aqui devem ser trazidos. As trocas e os diálogos com os sujeitos que protagonizam essas experiências e que constituíram as bases dessa pesquisa me proporcionaram reflexões e aprendizados, tanto no campo profissional quanto pessoal e social. A principal leitura, compreendida, é a do potencial transgressor do fazer coletivo e da tecitura de redes de solidariedade e afeto. Camponeses, camponesas, povos e comunidades tradicionais, técnicos, acadêmicos, uma diversidade de sujeitos tecendo processos em busca de um bem comer, o direito à alimentação.

Outra leitura importante é a do papel que desempenha a comunicação popular aliada às causas de comunidades e territórios em reivindicar e impulsionar as necessárias transformações sociais. Não basta dominar a implementação de ferramentas de comunicação, a atuação transformadora passa pelo engajamento das pessoas comprometidas com a comunicação nas demandas reais e duradouras dos territórios. A redução das estratégias de comunicação à execução de serviços pode inviabilizar o papel da comunicação como um direito, neutralizar a potência comunicativa que as pessoas já possuem em seus territórios e homogeneizar respostas a partir de técnicas deslocadas da diversidade de realidades pulsantes nos territórios. É da parceria entre técnica e escuta ativa do que já é construído em cada lugar que a comunicação floresce.

A plataforma do Agroecologia em Rede e o desenho descentralizado arquitetado pelo Projeto ACCV indicam que, também na ciência e na tecnologia da informação, os desafios não são apenas de

ordem tecnológica. São pessoas, trajetórias, laços de confiança e reciprocidade que garantem, muito além de metas cumpridas e resultados alcançados em números, a efetividade na construção de redes solidárias que evitem a fome, o isolamento da esperança e tantos outros cuidados que possam frear o agravamento das desigualdades e injustiças sociais, ambientais, econômicas e culturais.

No que compete ao papel e à conduta de um jornalista, esse estudo também possibilitou refletir sobre a necessidade de, enquanto profissional da área e assim como consta no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007, Cap. 2, Art. 6, inciso XI), defender os direitos do cidadão, contribuindo para a promoção das garantias individuais e coletivas, em especial [...] das minorias, o que se apresenta como um princípio e um compromisso fundamental a ser vivenciado.

Os caminhos, os afetos e as práticas percorridas na escrita deste estudo, mais do que encontrar respostas concretas, se propuseram a levantar reflexões sobre as resistências semeadas nos territórios agroecológicos que promovem o bem viver e o bom comer.

Referências

ALMEIDA, Marcelo Oliveira de. **Propostas para comunicação agroecológica** / Belo Horizonte: UFMG/FaE, 2020.

ALTIERE, Miguel. **Agroecologia: bases científicas para uma agricultura sustentável**. São Paulo: 3.ed. Ed. Expressão Popular, 2012.

BAUER, Martins W., GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático**. Petrópolis - RJ: 7. ed. Ed. Vozes, 2008.

KEPPLE, Anne W. et al. **O Estado da Segurança Alimentar e Nutricional no Brasil: um retrato multidimensional: Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO)** - Brasília, 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MERCKLÉ, Pierre. **Sociologie des réseaux sociaux**. França: Ed. La Découverte, 2016.

SCHMITT, Claudia Job... [et al]. **Redes de agroecologia para o desenvolvimento dos territórios: aprendizados do Programa Ecoforte** / 1. ed. — Rio de Janeiro: Articulação Nacional de Agroecologia — ANA, 2020.