

AS TRAMAS ENTRELAÇADAS DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE CULTIVOS AGROECOLÓGICOS: O CASO DO HORTO BELA VISTA, IPERÓ/SP

Flávio Aparecido Pontes¹

 <https://orcid.org/0000-0001-6775-8842>

Vera Lucia Silveira Botta Ferrante²

 <https://orcid.org/0000-0002-0679-3852>

Luis Antonio Barone³

 <https://orcid.org/0000-0003-0157-4367>

RESUMO

Este trabalho aborda conjuntamente a produção agroecológica e sua comercialização, com objetivo de verificar em que medida ela interfere na reprodução das famílias assentadas. Utilizamos diferentes técnicas de pesquisa, desde questionários a entrevistas semiestruturadas, também entrevista coletiva com agricultores assentados, pela técnica bola de neve. Identifica-se atores e setores envolvidos e suas contribuições e impactos nas distintas etapas do processo produtivo e de comercialização. Verificou-se uma trama de tensões envolvendo os atores protagonistas deste ciclo de reprodução social.

Palavras-chave: Agroecologia, Assentamento Rurais, Mercados, Reprodução Social, Trama Social.

THE INTERTWINED WEBS OF AGRO-ECOLOGICAL CROP PRODUCTION AND MARKETING: THE CASE OF THE BEAUTIFUL GARDEN SEEN IN THE MUNICIPALITY OF IPERÓ/SP

ABSTRACT

This work deals jointly with agroecological production and its commercialization, in order to verify to what extent, it interferes in the reproduction of settled families. We used different research techniques, from questionnaires to semi-structured interviews, also a press conference with farmers seated by the snowball technique. It identifies actors and sectors involved and their contributions and impacts in the different stages of the production and marketing process. There was a plot of tensions, involving the protagonists of this cycle of social reproduction,

Key words: Agroecology, Rural Settlers, Markets, Social Reproduction, Social Fabric.

LOS MARCOS ENTRETRELADOS DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CULTIVOS AGROECOLÓGICOS: EL CASO DE HORTO BELA VISTA, IPERÓ / SP

RESUMEN

Este trabajo aborda en conjunto la producción agroecológica y su comercialización, con el objetivo de verificar en qué medida interfiere en la reproducción de las familias asentadas. Utilizamos diferentes técnicas de investigación, desde cuestionarios hasta entrevistas semiestructuradas, también

¹ Doutor em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente. Docente do Instituto Federal de São Paulo, Campus de Boituva. E-mail: flaapontes@gmail.com.

² Professora Titular em Sociologia. Pesquisadora 1A do CNPq. Pró-Reitora de Pós-Graduação da Universidade de Araraquara (UNIARA). E-mail: dtmeioambiente@uniara.com.br.

³ Doutor em Sociologia. Docente e Pesquisador da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Campus de Presidente Prudente-SP. E-mail: labarone@uol.com.br.

entrevistas colectivas con agricultores resueltas mediante la técnica de bola de nieve. Identifica actores y sectores involucrados y sus contribuciones e impactos en las diferentes etapas del proceso de producción y comercialización. Había una trama de tensiones que involucraba a los protagonistas de este ciclo de reproducción social.

Palabras clave: Agroecología, Colonos Rurales, Mercados, Reproducción Social, Trama Social.

INTRODUÇÃO

Neste artigo são apresentados resultados obtidos no estudo de caso do Projeto de Assentamento Horto Bela Vista, implantado em Iperó/SP, no qual se buscou analisar conjuntamente a produção agroecológica de frutas, legumes e verduras (FLV) e a sua comercialização, verificando em que medida essas duas dimensões econômicas constituem o que se denominou, aqui, de uma trama entrelaçada, que determina em muito a reprodução social dos assentados daquele projeto de assentamento (PA), notadamente os que se dedicam à agroecologia.

Foi na articulação entre essa produção e a sua comercialização que o estudo se concentrou. Ao verificar e descrever quem são os agentes e as instituições envolvidos nesse processo, identificou-se uma trama de tensões sociais específica (Ferrante; Barone, 2011), que contribui para a direção e o desenvolvimento das distintas etapas do processo produtivo.

Conforme discutido teoricamente por Ferrante e Barone (2011), uma trama de tensões sociais é produzida a partir do confronto/articulação de distintos atores, destacando-se – tanto para esses autores quanto para análise dos dados desta pesquisa – “os próprios assentados [em sua situação concreta e singular] e os diferentes mediadores, tanto das políticas públicas quanto das possíveis alternativas econômicas” (Ferrante; Barone, 2011. p. 32). Tal abordagem, derivada da sociologia, colabora para o estudo do processo de desenvolvimento das experiências concretas de assentamentos rurais e, por extensão, do próprio desenvolvimento territorial rural – para o qual Abramovay busca observar sua teia de relações (2003).

Embora tendo essas referências, a pesquisa aqui discutida direciona o foco para uma dimensão específica: buscou-se compreender o processo social constitutivo de uma trama integrada das atividades e relações entre produção e comercialização, especificamente, aqui, de FLV agroecológicos.

Neste estudo, ao se analisar os agentes e agências que têm a incumbência de monitorar e subsidiar desde a produção até o consumo – como organizações não-governamentais (o Instituto Terra Viva ou a Associação de Produtores Agroecológicos do Horto Bela Vista) e as agências oficiais (a Fundação Instituto de Terras do Estado de São Paulo - ITESP) e o poder público local –, observa-se que, no período levantado, o poder público atuou sobretudo apenas na regularização da questão fundiária (assentando os agricultores), pouco realizando em termos de apoio à produção e, menos ainda, à comercialização.

Por outro lado, aquilo que a literatura especializada denomina de intermediários e atravessadores têm impacto real no sucesso ou não dos empreendimentos agrícolas dos assentados. Ao analisar essa cadeia de agentes, avaliou-se que há outros elementos a serem investigados, uma vez que, para os assentados, os atravessadores mais se beneficiam do que contribuem – especialmente no processo de comercialização –, ao passo que os intermediários, embora exerçam papel semelhante, mantêm uma relação menos exploratória, conforme a percepção dos assentados sujeitos da pesquisa.

No caso dos produtores agroecológicos, verificou-se vínculos formados entre os produtores e o principal intermediário das vendas (Instituto Terra Viva), com uma atuação no aprimoramento dos processos produtivos, com rebatimentos na melhora da qualidade de vida dos assentados. Neste caso, há uma intensa participação dos componentes do Terra Viva em diversas atividades do grupo agroecológico, sendo perceptíveis não só relações comerciais, mas também vínculos de solidariedade.

Na investigação, destaca-se também a atuação das mulheres – tanto na produção quanto na comercialização. Elas estão à frente da organização das feiras e na busca de novos canais de comercialização, sendo fundamentais para a manutenção econômica das famílias, algo que se expressa, portanto, nas dimensões materiais e imateriais desse novo modo de vida construído pelos agricultores assentados.

CAMINHOS METODOLÓGICOS PERCORRIDOS

Neste estudo, busca-se responder, basicamente, a três perguntas centrais:

1. A produção e a venda agropecuária permitem a reprodução social dos assentados, sua manutenção nos lotes e melhoria do bem-estar material e imaterial, sendo este último expresso pelo empoderamento social e ampliação das liberdades instrumentais dessas famílias (SEN, 2000)?
2. Quais os bloqueios constatados nos processos de reprodução social, sobretudo no tocante à produção e comercialização?
3. Em que medida a comercialização se modifica conforme a forma de produção adotada (convencional ou agroecológica) e se há vantagens sociais e econômicas em alguma delas?

Consideradas essas perguntas norteadoras, foi delineado o escopo de pesquisa e, com base nos dados, procedeu-se às análises. Prioriza-se, aqui, os dados sobre a investigação e os resultados acerca da produção agroecológica – suas estratégias comerciais e os reflexos das relações entre produção e comercialização, no cotidiano do trabalho esfera da reprodução social desse grupo –, sobretudo porque, no universo empírico estudado, essa se mostra superior, tanto em número de produtores engajados nessa modalidade de agricultura, quanto em resultados materiais e imateriais por eles auferidos.

Neste trabalho, foram utilizadas diferentes técnicas, que contribuíram para que se pudesse chegar aos resultados aqui discutidos. Como instrumentos de pesquisa, foram usados questionários e entrevistas semiestruturadas. A pesquisa de campo, propriamente dita, teve início em meados de 2019. Todavia, já havia sido realizadas visitas, anteriormente, a seis famílias do assentamento, na tentativa de conhecer melhor este universo formado por 29 famílias. A investigação de campo perdurou pelo resto do ano de 2019.

Foi realizada, ainda, uma entrevista coletiva com seis agricultores assentados, que contribuiu para aprimorar as estratégias metodológicas.

Cabe destacar que, neste artigo, o foco está voltado para as relações entre produção e comercialização. Todavia, a pesquisa foi mais abrangente e o questionário continha cerca de 160 questões, contemplando as seguintes dimensões: (1) dados das famílias; (2) produção, mercado e cooperativismo; (3) tecnologia, técnicas e práticas; (4) trabalho, renda e consumo; (5) conhecimento; (6) infraestrutura; e (7) organização social, política e religiosa. Esse conjunto de elementos possibilitou aferir diversas informações que incidiam diretamente na trama aqui reconstruída e analisada. Os questionários de pesquisa foram aplicados para 25 das 29 famílias do Assentamento Horto Bela Vista, durante os meses de setembro e outubro de 2019.

Concomitantemente, neste mesmo período e até o final desse ano, foram realizadas as entrevistas com as lideranças do assentamento. Foi escolhida uma liderança reconhecida pelas famílias assentadas e, a partir dela, utilizou-se a técnica da “bola de neve” (*Snowball sampling*) para a escolha dos outros cinco participantes. A “bola de neve” é descrita por Baldim e Munhoz (2011) como uma técnica capaz de identificar e recrutar, como participantes da pesquisa, atores sociais que têm o reconhecimento de seus pares em função do papel de liderança nas comunidades que atuam. Nada mais é do que uma forma de amostragem não probabilística, na qual um participante indica outro, até que se alcance o objetivo proposto.

Após essas entrevistas, houve visitas diárias ao Instituto Terra Viva, momento de acompanhamento às rotinas diárias da entidade, mapeamento das rotas de coleta e entrega de produtos agroecológicos e demais processos executados pelo instituto.

Após a tabulação dos dados dos questionários e a sistematização das entrevistas, buscou-se relacionar e encadear os conhecimentos teóricos com a realidade social da trama analisada.

REFERENCIAL TEÓRICO E PRIMEIRAS APROXIMAÇÕES AO TEMA EM ANÁLISE

A problemática da comercialização da produção da agricultura familiar

A comercialização sempre se mostrou muito complexa e os mecanismos de formação dos preços traz em sua raiz não só os fatores de produção e custos, mas também custos de negociação e

do saber fazer. Especialmente para a agricultura de base familiar, Schneider e Ferrari (2015) demonstram que o saber fazer representa também agregar valores e/ou mesmo recuperá-los na busca de uma maior parcela recebida por um determinado produto dentro das cadeias de alimentos.

Isso é particularmente difícil para aqueles que vivem de seu trabalho na produção agrícola, que é a base da subsistência de um número enorme de pessoas que estão entre as mais pobres do mundo. São mais de 3,41 bilhões de pessoas vivendo e trabalhando em cerca de 570 milhões de unidades agrícolas, onde estão concentrados mais de 80% da pobreza mundial (Escher, 2011). Esses agricultores, a cada safra que passa, correm o risco de empobrecer e ficar mais distantes dos mercados. Mercados que, segundo Escher (2011), são organizados, cada vez mais, por corporações globalizadas que ditam regras, organizam a produção e comercialização, e estabelecem os padrões de consumo de alimentos em escala mundial. Para escapar dessa tendência dominante, é necessária a adoção de práticas e técnicas menos impactantes ao meio-ambiente, na mesma medida em que permitam a busca de autonomia para os agricultores.

O universo empírico da agricultura familiar de base camponesa⁴ difere em muito da realidade dos produtores rurais integrados aos mercados globalizados. Para os assentados da reforma agrária, especialmente, deparou-se com um conjunto de agentes que atuam “no meio do caminho” que vai da produção ao consumo final: são os atravessadores e intermediários, costumeiramente confundidos como sendo uma só entidade social. É necessário, no entanto, entender a diferença entre esses dois tipos, conforme faz Wilkinson (1999), ao tratar de aspectos do acesso ao mercado por pequenas e grandes organizações – problema que só foi resolvido pela intermediação de comerciantes tradicionais.

Segundo Sato *et al.* (2006) e Carrieri (2019), a figura do intermediário é uma pessoa física ou jurídica que atua como um atacadista, porém em uma menor escala, na compra e na venda de produtos adquiridos junto ao produtor agrícola, cujo destino, na maioria das vezes, são o pequeno varejo e os supermercados locais. Nas razões citadas por Stern *et al.* (1996) e Rosembloom (1999), ao justificarem a existência de intermediários entre a produção e o consumidor final, está uma possível melhoria no aumento da eficiência do processo, uma vez que haveria maior sortimento de produtos disponíveis para o consumo.

Já os atravessadores, por sua vez, compram dos produtores, repassando a outros revendedores – muitas vezes, não aos que fornecem aos consumidores finais – com preços mais altos (Wilkinson, 1999), ganhando uma alta porcentagem e fazendo com que o produto chegue ao consumidor final a

⁴ Adotou-se essa terminologia de forma empírica, para discriminar o segmento da agricultura familiar que não se encontra fortemente integrado aos mercados globalizados e dispendo de alto nível de capitalização. Os agricultores assentados em projetos oficiais de reforma agrária, em sua ampla maioria, dispõem de baixo nível de tecnificação e capitalização, além de experimentarem fortes bloqueios em sua relação com os mercados convencionais – portanto, enquadram-se no grupo que consideramos como “agricultores familiares de base camponesa”.

um preço menos competitivo do que dos mercados, por exemplo. Considera-se, neste estudo, que a atuação dos intermediários pode ser uma ferramenta que ajuda aos agricultores, ao contrário dos atravessadores, cuja atividade visa apenas especular com os preços, não trazendo qualquer contribuição para os demais atores da cadeia.

Conforme Scherer e Oliveira (2005), os atravessadores não conseguem garantir o abastecimento com regularidade, já que sua relação se dá, muitas vezes, em momentos de extrema necessidade de venda, sempre visando reter um alto valor da transação para si mesmos. Os autores enumeram outros problemas, como o adiamento de compras, as vendas sem garantia de preço, o atraso em pagamentos e outros compromissos como estratégias dos atravessadores.

Todo esse conjunto de problemas pode ser resolvido com o isolamento do atravessador, como acontece na organização dos circuitos curtos. De acordo com Guzzatti *et al.* (2014), os circuitos curtos podem ser definidos como as operações de comercialização de produtos agropecuários, visando o estreitamento mais direto de relações entre agricultores e consumidores, podendo ocorrer de forma direta ou indireta, com a atuação de um único intermediário, sem, contudo, nessa definição, correlacionar-se aspectos quanto às distâncias percorridas pelos alimentos até que estes cheguem à mesa dos consumidores.

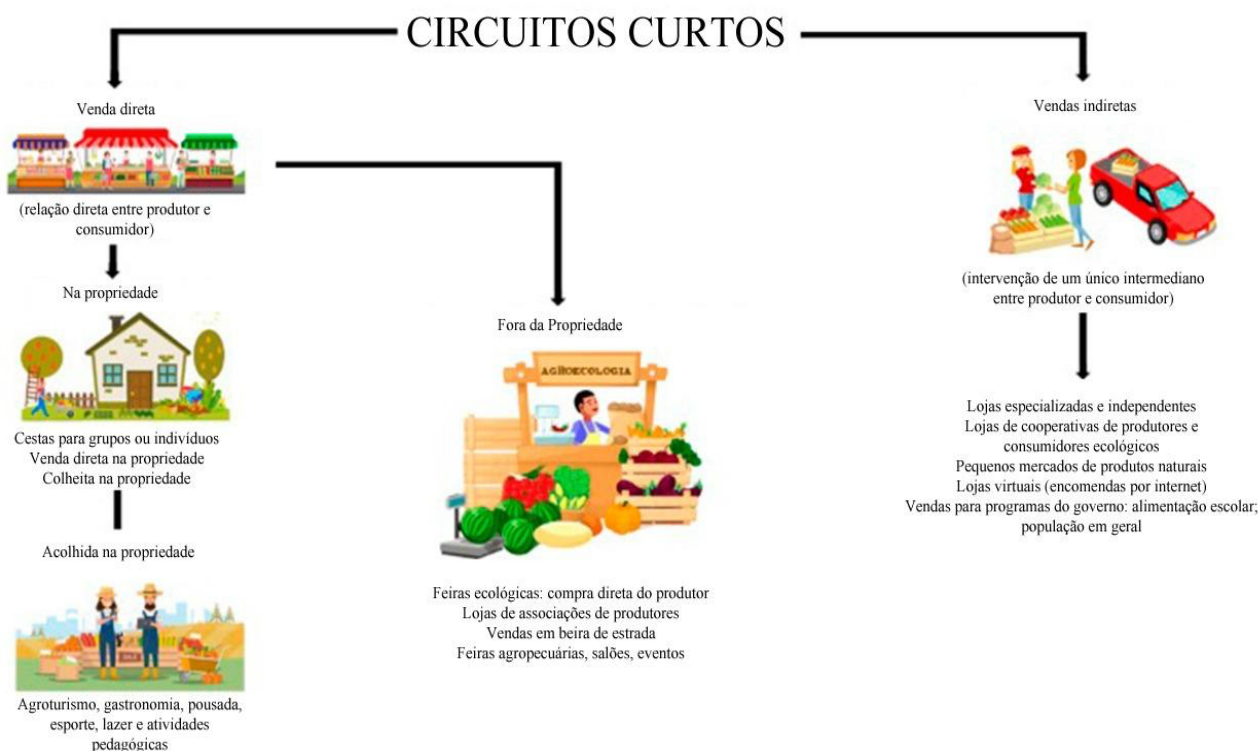
Silva *et al.* (2017) corroboram Ferrari (2011) ao descreverem, como uma importante característica dos circuitos curtos, a possibilidade de o consumidor fazer um julgamento de valor acerca do produto, para além do monetário. O autor, além disso, defende que a comercialização executada pelos circuitos curtos facilita negociações por melhores preços de venda, flexibilidade que já garante aos produtores uma maior autonomia, através do controle sobre as vendas realizadas, facilitando o planejamento de sua produção a partir daquilo que é demandado – já que os consumidores participam deste processo, garantindo para estes, inclusive, uma melhor qualidade dos produtos.

Os circuitos curtos podem constituir, ainda, uma opção para a criação de valor agregado ao território, ligado a especificidades que ele imprime a determinados produtos e a sua região de fabricação (Figura 1). Conforme Darolt *et al.* (2016), os circuitos curtos abarcam ainda características e dimensões socioculturais, como:

capacidade de socializar e localizar o produto alimentar gerando vínculo com o local e com a propriedade; a redefinição da relação produtor-consumidor dando sinais da origem do alimento; o desenvolvimento de novas relações considerando um preço justo e a qualidade (ecológica); a conexão entre o consumidor e o produto alimentar (Marsden *et al.*, 2000, p.143).

Neste caso, aponta-se para a venda diretamente ao consumidor, algo que poderia melhorar a lucratividade do agricultor e oferecer aos clientes preços mais justos e produtos melhores – em frescor e qualidade –, reduzindo sensivelmente o custo dos transportes e evitando desperdícios.

Figura 1 –Comercialização na rede de abastecimento produtiva dos circuitos curtos



Fonte: Adaptado de LASAT-UFPA (2006).

O universo empírico: o Horto Bela Vista

Após a implantação de um assentamento rural, a paisagem que era de monocultura e, por vezes, de áreas degradadas pelos anos de exploração agropecuária, passaram a formar mosaicos produtivos, conforme Duval e Ferrante (2008). Não diferentemente, o Horto Bela Vista, nascido da luta pela terra, foi implantado numa grande área degradada, outrora monocultora de eucaliptos. Anos mais tarde, a paisagem passa a se constituir exatamente de um mosaico de biodiversidade, mesmo que impactado pela degradação prévia da área.

O horto foi implantado na Fazenda Bela Vista, cuja área total soma 1.027,30 hectares, dos quais 405,30 ha pertenciam à área de reserva florestal da extinta Ferrovias Paulistas S/A (FEPASA); as demais áreas compunham uma fazenda de pecuária de corte (Giesbrecht, 2019). Essa área localiza-se muito próximo à zona urbana de Iperó/SP, que, por sua vez, integra a dinâmica região de Sorocaba, metrópole regional a menos de cem quilômetros da capital.

Após quase um ano de acampamento, em fevereiro de 1999, as próprias famílias começaram a fazer a divisão dos lotes:

A gente mediu, vamos dizer assim, os assentados mediram um pedaço para cada um para já poder plantar, como já no nosso ponto de vista produtivo para alimentos, como arroz, feijão,

mandioca, mamona (era para venda para fora), e a gente mediu na corda (Assentada, 59 anos, 2019).

A ocupação logrou êxito e, em agosto de 1999, a Fundação ITESP passa a realizar os trabalhos de agrimensura para a divisão da área e formação dos lotes. As famílias foram assentadas seguindo quase que a mesma conformação que haviam proposto e onde já vinham realizando as atividades produtivas. Em 10 de dezembro de 1999, pela Portaria nº 44, o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA) cria e dá reconhecimento ao Assentamento como Projeto Estadual Bela Vista, cujo código no INCRA é SP0108000. A área do assentamento é de 1.034,96 hectares (ha). No ato de reconhecimento, o Projeto tinha capacidade para o assentamento de 31 famílias (INCRA, 2019 p. 98).

Embora concebido inicialmente para assentar 31 famílias, vinte anos após sua instalação, apenas 29 famílias compõem o assentamento. Os lotes de números 11 e 12 foram interditados logo após a implantação do assentamento, devido à alta concentração de pentaclorofenol, que, após o uso no tratamento das madeiras pela FEPASA, muito antes da implantação do assentamento, era descartado a céu aberto nesses lotes. O lote número 11 foi incorporado à área de reserva legal do assentamento e o lote 12 segue interditado. Embora não fazendo parte do escopo deste trabalho, ressalta-se o nível de degradação e contaminação da área, no coração de uma tradicional região industrial do Estado.

Em 2019 viviam, no Horto Bela Vista, cerca de 200 pessoas. Quanto a essa população, é possível observar, a partir do levantamento realizado, que existe uma maioria de homens no assentamento, sendo que, no conjunto das famílias que responderam à pesquisa, há 108 homens (58,70 %) e 76 mulheres (41,30%), havendo, neste universo, recém-nascidos e pessoas com idade acima dos 80 anos.

TRAMAS ENTRELAÇADAS: RESULTADOS

A maioria agroecológica e o protagonismo feminino

Dos respondentes da pesquisa (25 famílias assentadas), 92% afirmaram que produziam frutas, legumes e verduras. Os 8% restante declararam não realizar a produção desses itens naquele momento, alguns informando que já os tinham produzido e interromperam a produção, e os demais afirmando que nunca realizaram o plantio de FLV.

Quando questionados sobre qual o método que usavam para a produção agrícola de seus lotes, 32% afirmaram que fazem uso do sistema convencional de plantio (pacotes tecnológicos, sementes,

adubação química) e 56% dos respondentes afirmaram que o sistema produtivo usado é o agroecológico – estando em alguma fase da transição⁵.

Conforme declarações dos assentados, a proposta da produção agroecológica é uma possibilidade frente aos sistemas convencionais de produção, que necessitam de uso de produtos químicos, extremamente nocivos à saúde humana e ao ambiente. Destaca-se que, para o grupo agroecológico, relações com produtos que agridem a saúde humana e o ambiente são inadmissíveis. Além do estímulo à agroecologia, difundida pelas agências de mediação (como o Instituto Terra Viva), a contaminação de áreas do assentamento é outro poderoso estímulo para essa opção.

A produção do grupo agroecológico do P.A. Horto Bela Vista se apresentou bastante variada: são 44 variedades diferentes de frutas, 31 de legumes e 65 verduras e hortaliças (incluindo algumas plantas alimentícias não convencionais - PANC). Além disso, há tubérculos e cana-de-açúcar.

Segundo as declarações dos assentados, a produção se tornou mais diversificada com a adesão das famílias à prática da horticultura que, por sua vez, se concretizou pelo esforço das mulheres. Conforme Siliprandi (2015), a participação das mulheres na produção agrícola avança nos assentamentos rurais, principalmente pela sua autovalorização, pois passam a se reconhecer como conhecedoras e manipuladoras dos processos de produção, portanto, como sujeitos em patamar de igualdade com os homens. No entanto, seu empenho nas atividades agrícolas ainda continua sendo subalternizado e, por vezes, não remunerado.

Para Coelho (2009), o viés androcêntrico dado pelo modelo econômico mundial implica o conceito de que as mulheres têm uma vantagem comparativa na produção doméstica em detrimento da produção mercantil, ficando para elas a incumbência do cuidado dessa primeira (assim também como aspectos domésticos da reprodução social – como o “cuidado da família”).

As mulheres agricultoras familiares, em uma série de estudos acadêmicos (Burg, 2005; Maronhas; Schotts; Cardoso 2014; Meira; Duval, 2017; Leal; Pizaia; Ferrante, 2018), têm ressaltado o seu empenho na agroecologia. Destacou-se, aqui, especialmente, a obra de Siliprandi (2015), que identifica, também, outras atividades das mulheres, como a militância e o engajamento político.

As mulheres são unanimemente apontadas como fundamentais para garantir a produção, que, por sua vez, garante o autoconsumo de suas famílias. Essa produção destinada ao autoconsumo geralmente não entra como fator de remuneração, uma vez que esses valores quase nunca são computados na composição da renda, mesmo que pelas mãos das mulheres – e por sua especialização nessas atividades – a família tenha um maior nível de bem-estar alimentar e nutricional.

⁵ Identificou-se a participação de três produtores em Organizações de Controle Social (OCS) e outros 5 assentados em Sistemas Participativas de Garantia (SPG) – que são estratégias populares de certificação agroecológica. Esclarece-se que os demais respondentes que praticam agroecologia ou não souberam ou não quiseram responder essa pergunta.

Leal (2020), por sua vez, ao analisar o papel das mulheres, mesmo em espaços de produção agroecológica, identificou, também aí, essa subordinação das mulheres na esfera produtiva, uma vez que o conjunto de tarefas que elas desempenhavam diariamente era contabilizado como fração do esforço coletivo, entendido no universo familiar como ajuda nos afazeres da unidade de produção.

Essa invisibilidade está associada a uma ortodoxia engendrada socialmente, que outorga a gestão familiar e da unidade produtiva ao homem, e que subjuga de forma cruel e injustamente a mulher, como se fosse ela inferior, tanto na divisão do trabalho quanto no poder de decisão.

Existe, no entanto, um protagonismo que está a romper o silêncio. No Horto Bela Vista, foi evidenciado um enfrentamento quanto ao poder atribuído aos homens e maior apoio organizativo por parte das mulheres, para que, pela produção, estas pudessem romper a lógica de desigualdade de gênero. No grupo agroecológico, apenas poucas mulheres ainda parecem estar sofrendo uma forte invisibilidade.

É importante atribuir a elas o verdadeiro valor pelas atividades exercidas que contribuem para composição da renda familiar, para a segurança alimentar da família, para conservação da biodiversidade e, também, para a preservação cultural – através da manutenção dos saberes produtivos tradicionais.

Observa-se, portanto, uma ruptura com essa lógica machista. Os dados revelaram que, em quatro lotes, as mulheres eram as titulares. Já o número apurado de mulheres que administram os recursos financeiros da família sozinhas ou em igualdade com o companheiro, no entanto, foi superior a 40%. A titularidade efetiva das mulheres, embora seja um direito adquirido, não se traduz na realidade. Na pesquisa, constatou-se que apenas 16% dos lotes estão sob comando das mulheres, o que contraria a previsão da Portaria nº 981/2003, do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA).

Quando questionados sobre aquisição de crédito pelo PRONAF-Mulher⁶, no entanto, 36% das respostas foram afirmativas – percentual que corrobora a afirmação de que 40% das mulheres participam da gestão dos recursos familiares no assentamento.

Infere-se que o protagonismo das mulheres, que era silencioso, passa a dar o tom a uma “nova melodia”. Elas são as responsáveis por boa parte da produção dos quintais e – principalmente – também da produção agroecológica, como observado em campo. Esse rompimento da invisibilidade se dá, também, no contexto das ações de comercialização. As mulheres são as responsáveis pela

⁶ Linha de crédito foi especialmente desenvolvida para o público feminino, a principal meta é fazer com que as mulheres obtenham bons resultados e melhorem a qualidade de vida familiar, permitindo financiar investimentos destinados à construção, reforma ou ampliação de benfeitorias e instalações na propriedade rural, assim como à aquisição de máquinas, equipamentos e implementos, à aquisição de matrizes, à formação e recuperação de pastagens, proteção e correção do solo, à aquisição de bens como tratores e embarcações, entre outras atividades.

assepsia e preparação das FLV que serão vendidas. Geralmente, são elas que realizam o acondicionamento nas embalagens, atuando também diretamente na venda.

No caso das feiras, elas também montam barracas, expõem os produtos e os comercializam. Sua participação nas atividades produtivas e de comercialização, embora tenha propiciado mudanças significativas, ainda revela um conjunto de bloqueios a serem superados. Como exemplo, observou-se certa manutenção da exclusão de parte delas de decisões sobre a produção e o acesso aos recursos econômicos familiares – o que as relega a menor espaço de poder nos lotes e as tornam quase invisíveis.

Percebeu-se ao longo desta pesquisa que as mulheres participam em todas as atividades produtivas, porém algumas vezes não podem realizar as tarefas comerciais, como a feira, pois precisam dar conta do trabalho doméstico (limpeza, cuidar dos filhos, preparar alimentos, dentre outros), que são trabalhos que assumem sozinhas.

As estratégias de comercialização e as tramas entrelaçadas

Foi constatado, também, no estudo das estratégias de venda no Horto Bela Vista, que há a presença de diferentes formas de comercialização, sobretudo a partir das cadeias curtas (Circuitos Curtos), como feiras livres, cestas verdes e venda direta aos consumidores nos lotes. Em alguns casos, são realizadas exclusivamente, mas, em sua maioria, seguem a combinação múltipla, definida por Pierre e Valente (2010) ao classificarem os quatro canais de comercialização que formam um circuito curto: vendas diretas, integração vertical, vendas para distribuição e mercados institucionais.

Os canais foram identificados e observados em relação às suas vantagens e desvantagens para a sobrevivência e autonomia das famílias a partir de algumas considerações: se esses canais permitem, efetivamente, a redução dos intermediários; se geram, em alguma medida, a agregação de valor das FLV; se há formação de cadeias a partir destes canais de comercialização; e se é possível identificar quais são suas principais frentes de vendas.

Os circuitos curtos de comercialização vêm crescendo nos últimos anos, o que foi observado no caso do Horto Bela Vista por esta investigação (Quadro 1). Pôde-se explicar a valorização de processos produtivos localizados, a busca de alternativas e a criação de novas estratégias de abastecimento alimentar, o que valoriza o papel que cabe à agricultura familiar.

Quadro 1 - Estratégias de Comercialização utilizadas pelas famílias do Horto Bela Vista

Canais de comercialização	Estratégia de Comercialização
Venda direta	Venda ao consumidor no lote
	Venda Informal
	Feiras
	CSA
	Cestas Verdes
Vendas para Distribuição	Mercados - Quitandas
	Restaurantes
Mercados Institucionais	PAA
	PNAE
	PPAIS
Integração Vertical	Não existe no Horto Bela Vista
	Outros

Fonte: Pesquisa de Campo, 2019.

A partir do conjunto das respostas sobre as estratégias de comercialização, foi possível identificar os principais circuitos curtos utilizados no assentamento. Todavia, identificar quais agentes atuam nessas estratégias só foi possível a partir da análise das entrevistas. Ao identificar esse conjunto de atores é que se torna perceptível a trama entrelaçada da produção e comercialização que existe no assentamento.

O Instituto Terra Viva, uma associação sem fins lucrativos, fundada em 2012, tem por objetivo fornecer, aos seus associados, um serviço de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER), para a promoção do desenvolvimento rural sustentável na região de Sorocaba, calcados nos paradigmas da agroecologia. Todavia, a função de ATER não tem sido executada face às novas dimensões que o Instituto ganhou ao longo dos anos. Assim, a assistência técnica e a extensão rural não têm sido ofertadas como previsto, mas estão no escopo de intenção do Terra Viva.

No ano de 2016, visando facilitar o escoamento da produção orgânica e agroecológica de seus associados, assim como capilarizar a disponibilidade de oferta e variedade de alimentos saudáveis a preços justos, buscou-se uma interação entre campo e cidade, permitindo às famílias associadas a valorização de seu trabalho e de suas condições de vida. Observou-se que o Instituto Terra Viva obteve destaque no fomento de ações e estratégias de comercialização no Horto Bela Vista.

Essa agência estimula vendas diretas, seja nos lotes ou nas feiras do município de Iperó, contribuindo na organização desses espaços e na distribuição das cestas verdes – processo esse que envolve oito agricultores e fomenta ações por meio das Comunidades que Sustentam a Agricultura

(CSA) Coração e Sorocaba. Realiza, ainda, todo um conjunto de ações, desde a retirada, venda e entrega dos produtos agroecológicos na Região Metropolitana de São Paulo, assim como em outros municípios.

Segundo seus técnicos, uma das premissas do Terra Viva é manter as condições ideais de produção e distribuição. Permitir que as FLV cheguem ao destino final em perfeitas condições tem sido um grande desafio. Em 2019, o Terra Viva se destacou como o grande intermediário na comercialização no Horto Bela Vista e demais assentamentos da Região Metropolitana de Sorocaba (RMS), contribuindo inclusive com a logística de entrega das CSA.

As CSA nasceram do interesse dos consumidores em ter essa relação mais próxima dos produtores e da origem dos produtos consumidos. Observou-se que o próprio grupo de co-agricultores tem trabalhado para sua expansão, o que ocorreu no ano mesmo da investigação.

Sobre as outras formas de comercialização, estas pouco impactam a produção. A venda direta nos lotes foi considerada aquela realizada para os vizinhos de assentamento ou para aquelas aquisições em que o cliente vai diretamente ao lote, no intuito de adquirir as FLV produzidas ali. Colaborou, para essa modalidade, o fato de o assentamento localizar-se bem próximo à zona urbana, sendo cortado, inclusive, por uma das vias de acesso à cidade. Nas entrevistas, há relatos de que as pessoas passam, olham as hortas e param para comprar – uma ação ativa do consumidor no ato da compra. Embora essa ação traga uma renda extra, às vezes ela causa alguns embaraços, já que as famílias ainda não estão preparadas para esse tipo de comércio, muitas vezes não tendo nem mesmo embalagens adequadas para se levar os produtos.

A venda direta de porta em porta e a venda informal juntas somam aproximadamente 23% do volume de comercialização de FLV. A venda direta é improvisada e surge espontaneamente; já a venda informal é mais planejada. Observou-se que essas vendas informais são realizadas de duas a três vezes na semana e a produção é levada em automóveis e também, em alguns casos, em carroças. Conforme declaração de um assentado, seu pai chega a aferir, com as vendas, cerca de R\$ 70,00 por ida à cidade. No entanto, ele perde o dia todo, pois vai com a “charrete” e é preciso dar descanso ao animal. Essa estratégia faz com que as FLV cheguem com qualidade aos consumidores, principalmente na periferia da cidade, onde nem sempre há recursos financeiros disponíveis para a aquisição de produtos com qualidade e bom preço.

No Horto Bela Vista, as CSA Sorocaba e Coração figuraram como estratégia comercial para 18% das famílias. A CSA Sorocaba atende 55 famílias do município de Sorocaba e a CSA Coração atende 8 famílias dos municípios de Iperó e Boituva.

Ambas entregam semanalmente uma cesta composta de grande variedade de FLV. O valor mensal pago pelos co-agricultores é de R\$ 208,00 (duzentos e oito reais)⁷, sendo R\$ 200,00 pela cesta de produtos que recebem e os demais R\$ 8,00 são depositados em um fundo emergencial. Esses valores são iguais para as duas CSA.

Na CSA Coração, os itens, após colhidos pelos produtores que compõem o grupo de fornecedores, são conduzidos ao Sítio Mãe Terra (Lote 13), onde são dispostos em uma bancada, previamente lavados e escolhidos. Ali também são pesados ou separados em maçãs. Em épocas específicas, há ofertas de produtos diferenciados, como cogumelos, feijões, frangos caipiras, ovos e queijos. Há também outros produtos processados, como pães, bolos, geleias/compostas, doces e conservas. Esses produtos são ofertados aos co-agricultores conforme a disponibilidade, com um preço adicional à sua cesta semanal.

Nessas CSA percebeu-se, conforme as declarações dos agricultores, que os seus consumidores são mais focados na busca de alimentos saudáveis e livres de agrotóxicos. Esses grupos são formados por servidores públicos, professores, nutricionistas, fisioterapeutas, dentre outros.

Uma outra estratégia adotada pelo mesmo grupo são as “Cestas Verdes”. A composição destas cestas é definida pelo próprio consumidor e o valor é determinado em função dos itens adquiridos e dos valores de cada um na semana da compra. Analisando a listagem apresentada aos consumidores, referente aos pedidos do ano de 2019, verificou-se que a mesma continha cerca de 80 produtos, entre frutas, legumes, verduras e temperos. Havia também PANC, como azedinha (cujo maçã tinha o preço de R\$ 3,00), Beldroega (maçã a R\$ 2,50), Caruru (maçã a R\$ 2,50) e Coração de Banana (a unidade custando R\$ 2,50).

As “Cestas Verdes”, embora sejam um canal extra na comercialização, acabam por impactar nos resultados da CSA, uma vez que as pessoas que fazem essa compra indicam a opção pelo descompromisso da cesta regular, já que o pagamento é fixado nos itens de escolha do cliente, o que os isenta da obrigação do pagamento mensal.

A venda para distribuição como alternativa: a criação de uma rede

Pierri e Valente (2010) definiram as vendas para distribuição como aquelas que são realizadas aos atacadistas, varejistas, distribuidores de alimentos, restaurantes, lojas especializadas de agricultura orgânica e produtos naturais, grandes mercadistas, exportadores. No Horto Bela Vista, registrou-se um amplo conjunto de operações de vendas neste canal. São diversos restaurantes, cantinas escolares, quitandas e lojas especializadas que se utilizam do sistema, localizados no próprio

⁷ Todos os valores monetários citados neste trabalho referem-se aos valores levantados em dezembro de 2019.

município e em municípios vizinhos, como Boituva e Sorocaba. No entanto, grande parte da produção agroecológica que segue para capital está inserida nesta modalidade da venda para distribuição.

Nesta perspectiva, criou-se uma dinâmica dentro do mercado, que é formado por diversos segmentos, setores e pessoas (agentes sociais), que se apropriam da produção formando cadeias, redes, arranjos produtivos ou circuitos de comercialização, que podem ser longos ou curtos. Considerou-se aqui, como circuitos curtos, aqueles em que o produtor entrega diretamente o seu produto ao consumidor (venda direta), ou ainda, aqueles onde há apenas um intermediário, entre produtor e o consumidor final (Pujol, 1997; Marsden *et al.*, 2000; Gúzman *et al.*, 2012; Darolt *et al.*, 2016).

Criou-se uma rede indireta no Horto Bela Vista, na qual todos os atores se conectam por intermédio do Instituto Terra Viva. Assim, faz-se necessário indicar que há, no grupo, uma relação de parceria, comprometimento e solidariedade, na mesma medida em que se desenvolvem o contato direto e a confiança com as entidades que estão na outra ponta da relação comercial, sejam elas empresas e/ou consumidores finais.

Atualmente, o Terra Viva comercializa produtos em quinze (15) pontos diferentes da capital paulista e Barueri (na RMSP), articulando também feiras em Sorocaba. A entidade dá suporte para entregas da CSA Sorocaba, tendo como fornecedores 23 agricultores agroecológicos que produzem com certificação orgânica na modalidade participativa. Destes, oito são assentados no Horto Bela Vista.

Na declaração de uma das lideranças entrevistadas, foi possível confirmar a importância das ações do Terra Viva nesta estratégia de comercialização, ficando clara que a relação está para além da dimensão comercial. Para os assentados, há, da parte do Terra Viva, um respeito pela terra, pela forma “limpa” de produção. Da mesma forma, há o respeito pelas questões familiares relativas à mão-de-obra, as quais podem inviabilizar uma produção em maior escala.

Para o Instituto Terra Viva, o não fornecimento de ATER conforme descrito anteriormente, gera problemas de falta de planejamento e de qualidade; mas, ainda assim, a rede de compra tem aumentado o volume de comercialização.

Dos 15 pontos de comercialização na Região Metropolitana de São Paulo, cinco deles são quitandas especializadas, ligadas a grupos que criaram associações ou cooperativas com a finalidade de obterem produtos orgânicos que atendam às suas necessidades, por um preço justo, sem exploração dos agricultores.

O portfólio de clientes também é composto por dois restaurantes. Um deles, no bairro de Pinheiros, oferece lanches e pratos típicos da culinária brasileira. O outro, na mesma região, traz o conceito do veganismo, com refeições produzidas somente com produtos orgânicos. O circuito atende, também, uma rede de restaurantes de comida sertaneja (tipicamente nordestina), composta

por três unidades na capital – uma na Vila Medeiros, uma num shopping na Zona Norte e outra no Instituto Moreira Sales (região da Avenida Paulista). Dentro do portfólio, há também uma lanchonete instalada no SESC Vila Mariana, onde são servidos sanduíches, salgados, bebidas quentes e frias, doces e pratos prontos.

Também compõem a rede de clientes duas Startups de alimentação que realizam delivery de pratos saudáveis produzidos a partir de ingredientes selecionados e rastreados na origem. Ambas oferecem pratos individuais e kits para a semana, acompanhamentos e lanches com opções veganas, vegetarianas, dietas *lowcarb*, isentos de açúcar e glúten. Há, ainda, os cesteiros, que são duas pessoas que adquirem os produtos do “Terra Viva” e montam cestas que são repassadas aos consumidores. Há que se esclarecer que os circuitos curtos não se restringem apenas a entregas e cestas, mas sim às operações que visam estreitar a proximidade entre produção e consumidor final, ou seja, redução ou eliminação de intermediários.

A entrega aos cesteiros é feita na capital paulista, em local previamente agendado, geralmente em outro ponto de entrega fixo. Por fim, lista-se a cantina de uma escola cooperativa, na qual há uma maior preocupação com a alimentação de jovens e crianças. A rede de distribuição abastecida por FLV oriundas do Horto Bela Vista impressiona ao ser descrita e gera um grande estímulo à produção agroecológica.

Aliada ao Terra Viva está a procura por alimentos mais saudáveis, livres de agrotóxicos e com melhor qualidade “biológica”. Isso tem se tornado uma tendência em franca expansão, tanto nos grandes centros quanto nas cidades de menor porte, sempre para atender a públicos específicos, como, por exemplo: vegetarianos, veganos ou apenas consumidores preocupados com o consumo de alimentos sem contaminantes, bem como casais sem tempo para preparar suas refeições e pessoas que moram sozinhas e buscam produtos semiprontos.

Também todos aqueles que procuram produtos que tenham passado por um processamento mínimo, ou cujo fracionamento e embalagem ofereçam praticidade e funcionalidade, sendo de FLV orgânicas ou não, constituem alternativas que agregam maior valor ao alimento *in natura* e atendem a nichos específicos de mercado.

Todavia, essa rede de distribuição, mesmo com princípios e ideais, tem como objetivo auferir lucro ao final de cada operação de distribuição dos produtos, seja *in natura* ou processados, na forma de alimentos e ou refeições.

Essa rede amplia os canais de comercialização para o Terra Viva, o que não garante que essa ampliação se estenda, na outra ponta, aos assentados do Horto Bela Vista – sobretudo por indisponibilidade de mão-de-obra neste P.A. Colabora para essa situação um certo bloqueio e divisão política no assentamento, cuja clivagem é exatamente a adoção de práticas agroecológicas: a

ampliação da trama, no que implicaria mais agricultores agroecológicos, enfrenta resistências em ambos os grupos.

Fora essa rede instituída pelo Terra Viva, os dados revelaram, também, a falta de uma melhor e mais articulada organização social, com planejamento, objetivos definidos e que engaje mais os assentados. Dessa forma, as demais alternativas de comercialização não impactam tão diretamente o planejamento (mínimo) da produção – sobretudo em relação aos agricultores convencionais.

A possibilidade de se avaliar a eficácia das políticas públicas na relação entre produção e comercialização não foi viabilizada, principalmente pelo atrofiamento das políticas dirigidas ao campo, processo esse agravado pelo atual perfil dos governos federal e estadual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entende-se, aqui, que tanto a produção quanto a comercialização são, indubitavelmente, as atividades que garantem a sobrevivência e manutenção das famílias no campo – ou seja, a sua reprodução social. Avaliamos que tal afirmação se baseia nos dados aferidos sobre a renda, onde se constatou que as maiores fontes na composição da renda familiar advêm da produção comercializada.

Fica perceptível um conjunto de nuances que compõem essa trama entrelaçada, descrevendo analiticamente a unidade entre produção e comercialização. Ao analisar esses agentes e agências, avaliou-se que os atravessadores mais se beneficiam do que contribuem, ao passo que os intermediários exercem papel semelhante, porém mantêm uma relação menos exploratória, conforme declarações de parte dos entrevistados. Como o estudo concentrou-se na evidenciação positiva da retroalimentação produção-comercialização-produção (daí a viabilidade de se falar em tramas entrelaçadas), o foco privilegiou o segmento de produtores agroecológicos, ademais, o maior em termos de modalidade tecnológica, junto aos quais não há incidência de atravessadores, apenas intermediários institucionais como o ITV.

O processo de globalização mudou mercados, aproximou concorrentes, trouxe novas tecnologias, deu aos consumidores mais possibilidades, agilidade nas compras, melhores preços e qualidade. Isso, no entanto, não apresenta efetiva perspectiva para a agricultura familiar. Por outro lado, os assentados ainda vivenciam dificuldades relativas à falta de efetividade dos serviços de ATER, o que implica problemas de produção, em especial na qualidade de algumas FLV, como foi relatado na pesquisa, problemas que poderiam ser facilmente revertidos por esse serviço que é regido por uma política pública ineficiente.

Nesta perspectiva, esses nichos ativam canais curtos de comercialização, evidenciados, aqui, como estratégias fundamentais para os agricultores assentados ampliarem a possibilidade de desenvolvimento e autonomia. Todavia, participar desses segmentos de mercado exige algum

investimento que as famílias, nesse estágio observado, não podem bancar. Eles têm, inclusive, dificuldades para realizar a comercialização das vendas indiretas, contando com o apoio do Instituto Terra Viva – situação que parece muito comum nesses contextos.

No caso dos produtores agroecológicos, verificou-se, no estudo, que há vínculos formados entre os produtores e o principal intermediário das vendas, com uma atuação no aprimoramento dos processos produtivos, com rebatimentos na melhora da qualidade de vida dos assentados. Neste caso, há uma intensa participação dos componentes dessa agência em diversas atividades do grupo agroecológico, sendo perceptível não só relações comerciais, mas também vínculos de solidariedade, reconhecimento e empoderamento.

Dentre os resultados, destaca-se também a atuação das mulheres – tanto na produção quanto na comercialização. Elas estão à frente da organização das feiras e da busca por novos canais de comercialização, sendo fundamentais para a manutenção econômica das famílias. Mesmo tendo sido registrado alguns bloqueios, a maioria das mulheres tem construído sim esse protagonismo.

O Terra Viva, responsável pelas vendas indiretas a restaurantes, quitandas, mercados, cesteiros e cantinas escolares é, para os produtores agroecológicos, o principal articulador entre a produção e os consumidores. O rompimento com esse arranjo não é cogitado. Ainda que efetivamente organizados socialmente em associações, os assentados preferem deixar para o principal intermediário, o “Terra Viva”, as tarefas ligadas à comercialização. Essa articulação propicia, inclusive, melhor planejamento da produção – mesmo que os próprios técnicos do instituto reconheçam alguma fragilidade nisto.

A abertura de novas frentes de comércio esbarra nos problemas citados anteriormente, relacionados à produção, mas também ao planejamento de vendas, sincronizado com formação de preços, épocas de maior demanda ou estrangulamento de vendas, falta de parcerias entre os assentados e outras instituições que poderiam ou deveriam contribuir neste processo – nesse caso, notadamente agências públicas.

Ainda assim, considerou-se que as famílias assentadas são as coprotagonistas de suas operações – de forma evidente na produção, mas também na comercialização –, constituindo uma trama de tensões envolvendo os diversos agentes, coparticipantes e dependentes para a concretização do ciclo que se inicia no plantio e termina na entrega das FLV ao consumidor.

A produção e a comercialização, na maioria dos estudos acadêmicos observados, foram analisadas separadamente. Neste trabalho, analisou-se ambas conjuntamente, a partir da singularidade expressa na realidade dos agricultores agroecológicos do Horto Bela Vista. Avalia-se que essas dimensões são indissociáveis – são o ponto de partida e o de chegada desta investigação e merecem mais atenção na totalidade de suas articulações. Baseada na análise da multifuncionalidade que permeia o modo de vida dos assentados, essa indissociabilidade conduziu a um amplo conjunto

de estratégias usadas que, embora não permitam autonomia total, garantem a reprodução social do grupo agroecológico com melhor qualidade do que os que não a adotaram. Isso ficou evidente tanto do ponto de vista material (por exemplo, na renda auferida), quanto imaterial – quando se observou o protagonismo e o empoderamento. A trama como um todo e suas nuances são compostas por todos aqueles que se envolvem direta e indiretamente nos processos produtivos e comerciais. Muitas vezes ela não é visibilizada, mas influencia diretamente nas etapas de produção.

A principal nuance da trama expressa é a melhoria indiscutível na qualidade de vida e na renda das famílias que aderiram ao modelo de produção agroecológico e vendas intermediada. Embates são perceptíveis na divisão de grupos conforme a escolha do tipo de produção. Há uma segregação um tanto velada, mas que divide o assentamento em grupos distintos – agroecológicos e convencionais –, divisão que faculta ou inviabiliza possibilidades de o conjunto dos assentados trabalharem juntos em função das diferenças produtivas e ideológicas.

Pretendeu-se, com este estudo, mostrar que o pensamento crítico exige aprofundar reflexões sobre a unidade entre a produção e a comercialização, sob a perspectiva de um modo de vida digno gestado em assentamentos rurais, espaços muitas vezes relegados preconceituosamente ao esquecimento, por pressão da lógica de mercantilização típicas dos sistemas agroalimentares globalizados. Assim, nos foi possível inferir que a produção e a comercialização, entrelaçadas, têm garantido a reprodução social dessas famílias no assentamento rural, sendo claro, ainda, a existência de um conjunto de bloqueios – como a falta de ATER e de planejamento econômico. É possível que o fortalecimento dessas redes impacte políticas públicas e reverta esse quadro em relação ao que ele apresenta de mais negativo ao desenvolvimento substantivo das famílias assentadas.

Não se deve, no entanto, desmerecer o conjunto de esforços e os avanços já conquistados pelas famílias assentadas. Sem dúvida, esse problema de planejamento é um elemento da trama que poderia ter sido resolvido se todos os agentes – sobretudo as agências públicas – desempenhassem efetivamente o seu papel na busca de soluções e melhorias para o desenvolvimento dos projetos de assentamentos rurais, com políticas públicas que de pudessem valorizar e solucionar os problemas evidenciados a partir da análise dessa trama entrelaçada.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. *O futuro das regiões rurais*. Porto Alegre: EDUFRGS, 2003.

BALDIN, N.; MUNHOZ, E. M. B. Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: X Congresso Nacional de Educação. PUCPR: Curitiba, *Anais...* 07 a 10 de novembro de 2011.

BURG, I. C. *As mulheres agricultoras na produção agroecológica e na comercialização em feiras no sudoeste paranaense*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, 2005.

CARRIERI-SOUZA, M.; FANTINI, A. C.; ULLER-GÓMEZ, C.; DOROW, R. *Cadeias produtivas do carvão vegetal na agricultura familiar no sul do Brasil*. Revista DeMA, Volume 31, UFPR, Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/made/article/view/34084>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

COÊLHO, J. D.; PINHEIRO, J. C. V. Grau de organização entre os feirantes e problemas por eles enfrentados nas feiras livres de Cascavel e de Ocara, no Ceará. In: CONGRESSO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL - SOBER, 47, 2009, Porto Alegre: *Anais...* Porto Alegre: SOBER, 2009.

CSA – BRASIL, CSA é um caminho que proporciona mais sustentabilidade. Disponível em: <<http://www.csabrasil.org/csa/>>. Acesso em: 11 mar. 2020.

DAROLT; M., R., LAMINE; C., BRANDENBURG; A., ALENCAR; M., C., F., ABREU; L., S., Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil, *Revista Ambiente & Sociedade*, São Paulo v. XIX, n. 2 n p. 1-22 n abr.-jun. 2016.

DUVAL, H. C.; FERRANTE, V. L. S. B.; Autoconsumo e políticas municipais: perspectivas de segurança alimentar e de desenvolvimento, in.; FERRANTE, V. L. S. B.; WHITAKER; D., A., C.; FERNANDES; B., M.; *Reforma Agrária e Desenvolvimento: desafios e rumos da política de assentamentos rurais*, NEAD/UNIARA, São Paulo, 2008.

ESCHER, F. *Os assaltos do moinho satânico nos campos e os contramovimentos da Agricultura Familiar: atores sociais, instituições e desenvolvimento rural no Sudoeste do Paraná*. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural). Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

FERRARI, D. *Cadeias agroalimentares curtas: a construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina*. 2011. 347f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Porto Alegre, 2011.

FERRANTE, V. L. S. B.; BARONE, L. A. Parcerias com a cana-de-açúcar: tensões e contradições no desenvolvimento das experiências de assentamentos rurais no Estado de São Paulo. *Revista Sociologias*, Porto Alegre, ano 13, no. 26. Jan-Abr, 2011.

GIESBRECHT; R., M., *Estações Ferroviárias do Brasil: IPERÓ Município de Iperó, SP*. Disponível em: <https://www.estacoesferroviarias.com.br/i/iperó.htm>. Acesso em: maio de 2019.

GUZZATTI, T. C.; SAMPAIO, C. A. C.; TURNES, V. A. Novas relações entre agricultores familiares e consumidores: perspectivas recentes no Brasil e na França. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, v. 16 (3). 363-375, 2014.

GUZMÁN, E.S.; MONTIEL, M.S.; HERNÁNDEZ, D.G.; SÁNCHEZ, I.G.; COLLADO, A.C. *Canales Cortos de Comercialización Alimentaria en Andalucía*. Instituto de Sociología y Estudios Campesinos. Universidad de Córdoba. Sevilla: Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, IFO 14, 2012. 164p.

INCRA- *Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária, Assentamentos Rurais: modalidades e reconhecimentos*, Disponível em: <http://www.incra.gov.br/pt/assentamentosmodalidades.html>. Acesso em: outubro de 2019.

LASAT – UFPA. *Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável do Sudeste do Pará (PTDRS)*. Laboratório Sócio Agrônômico do Tocantins (LASAT). Marabá, PA: UFPA, 2006.

- LEAL, L. S. G. ; FILIPAK, A ; DUVAL, H. C. ; FERRAZ, J. M. G. ; FERRANTE;V. L. S. B., Quintais Produtivos Como Espaços Da Agroecologia Desenvolvidos Por Mulheres Rurais. *Perspectivas Em Diálogo: Revista de Educação e Sociedade*, v. 7, p. 31-54, 2020.
- LEAL, L. S. G.; PIZZAIA, L. G. E. ; FERRANTE, V. L. S. B.; A feira de produtos orgânicos e artesanais da roça para a mesa: como espaço de comercialização, socialização e formação. In: VIII Simpósio Reforma Agrária e Questões Rurais. *Terra, Trabalho e Lutas no Século XXI: Projetos em Disputa*, 2018, Araraquara. VIII Simpósio de Reforma Agrária e Questões Rurais - Terra Trabalho e Lutas do Século XXI: Projetos em disputa, 2018.
- MARONHAS M.; SCHOTTZ; V., CARDOSO; E. Agroecologia, Trabalho e Mulheres: Um olhar a partir da economia feminista. *Anais do 18º REDOR*, Universidade Federal Rural do Pernambuco, Recife, 2014.
- MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis*, v.40, n.4, p.424-438, 2000.
- MATTE, A.; NESKE, M. Z.; BORBA, M. F. S.; WAQUIL, P. D. & SCHNEIDER, S. *A realocização e o mercado de cadeias curtas na pecuária familiar do território Alto Camaquã no sul do Rio Grande do Sul*. En: 7º Encontro de Economia Gaúcha. PUC, Porto Alegre, 2014.
- MEIRA; C., B; DUVAL; H., C; *Mulheres rurais e agroecologia: uma análise do papel das mulheres nos sistemas de produção agroecológicos dos assentamentos da Fazenda Pirituba - região sudoeste do estado de São Paulo*. Araraquara: UNIARA, 2017.
- PIERRI, M. C. Q. M.; VALENTE, A., E. F. A feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura familiar. In: *CONGRESSO DA SOBER*, 48, 2010, Campo Grande. PCT IICA/MDA. Campo Grande: NEAD, 2010. p. 8-20.
- PUJOL, D. *A organização coletiva de uma fileira para a valorização local dos recursos agrícolas: o exemplo da produção de queijo*. Observatório Europeu LEADER / AEIDL, 1997.
- ROSEMBLOOM, B. *Marketing Channels: a management view*. Orlando (FL): The Dryden Press, 1999.
- SATO, G. S.; MARTINS, S. S.; CARVALHO, Y. M. C.; MILANI, A. A; CUNHA, R. P. *Fluxo de Comercialização de Hortaliças Produzidas na Região Alto Cabeceiras do Tietê*. São Paulo: Instituto de Economia Agrícola, 2006.
- SEN, A. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Cia das Letras, 2000.
- SCHERER, E.; OLIVEIRA, J. A. *Amazônia: políticas públicas e diversidade cultural*. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.
- SCHNEIDER, S., FERRARI, D. L. Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar: o Processo de Relocalização da Produção Agroalimentar em Santa Catarina. *Organizações Rurais & Agroindustriais*. v. 17, n. 1, p. 56-71, 2015.
- SILIPRANDI; E. *Mulheres e agroecologia: transformando o campo, as florestas e as pessoas*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.
- SILVA; M. N.; CECCONELLO; S., T.; ALTEMBURG; S., G., T; SILVA; F., T; Cláudio BECKER; C. A agricultura familiar e os circuitos curtos de comercialização de alimentos: estudo de caso da feira livre do município de Jaguarão, RS, Brasil. *Revista Espacios*, vol. 38 (Nº 47), 2017. p. 7.
- STERN, L.W. et al. *Marketing channels*. Englewood Cliffs: Prentice – Hall, 1996.

WILKINSON, J. Cadeias produtivas para agricultura familiar. *Organizações Rurais e Agroindustriais*, Lavras, v. 1, n. 1, p. 34-41, jan./jun. 1999.