

ABASTECIMENTO ALIMENTAR NO MUNICÍPIO DE ARARAQUARA E ASSENTAMENTOS RURAIS: FORMAS DE PRODUÇÃO CONVENCIONAL, DIFERENCIADA E ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO

Daniel Tadeu Do Amaral¹
Vera Lúcia Silveira Botta Ferrante²
Thauana Paiva de Souza Gomes³

Resumo: O presente trabalho tem como intuito analisar como vem se dando a inserção produtiva e comercial dos assentamentos de reforma agrária situados em Araraquara às economias regionais/locais, sobre a perspectiva dos produtos hortifrutis via comercialização direta. A ênfase da pesquisa é dada a famílias cujo retorno comercial prioritário advém da venda destes produtos e/ou que produzem, em maior ou menor volume, produtos de áreas em transição agroecológica. Parte-se da unidade familiar para compreensão da lógica de adoção das estratégias de comercialização, entende-se a lógica de produção familiar a partir das estratégias produtivas e modos de vida de cada grupo aliado ao “caminho percorrido” por estes produtos. As circunstâncias da pesquisa são dadas pela ampliação dos canais de comercialização direta (agricultores familiares) na região, ampliação da oferta de produtos alimentares nestes espaços e estímulo à adoção de práticas agrícolas mais sustentáveis envolvendo diversos agentes e entidades. O trabalho vem sendo estruturado em torno do levantamento das condições produtivas e naturais, das estratégias de comercialização da amostra (intencional e não probabilística), envolvendo o peso na renda familiar dos diversos tipos de comercialização. Observa-se que as cadeias curtas de comercialização passam gradativamente a envolver o grau de reconhecimento do consumidor sobre a origem e o sistema de produção, os casos em estudo reiteram a possibilidade de maior autonomia produtiva e comercial, enfrenta-se dilemas da oscilação de demanda e uma recente saturação provinda do aumento e difusão de pontos de venda, a produção em transição tem aspectos declinantes a serem desdobrados no curso do trabalho.

Palavras-chave: Comercialização direta; Cadeias curtas; Assentamentos rurais; Inserção comercial.

INTRODUÇÃO

Este trabalho vem envolvendo o estudo das estratégias produtivas e as formas de comercialização empreendidas por algumas famílias assentadas. Em relação à produção vem se dando ênfase nos produtos hortifrutis e na comercialização, na modalidade direta. Outro elemento de análise envolve famílias que dentre suas estratégias, vem introduzindo elementos de uma prática agrícola menos agressiva, com a adoção de princípios agroecológicos⁴ com destinação de parte da área do lote para produção sem uso de insumos químicos industrializados (defensivos e adubos).

¹ Doutorando em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente – UNIARA, bolsista CAPES.

² Profa. Dra. do Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente – UNIARA.

³ Doutora em Educação pela UNESP- FCLAr.

⁴ Estas famílias passaram por algum tipo de apoio para a adoção de práticas agroecológicas, seja por meio de cursos, pela atuação direta do NEEA, via inserção na feira de alimentos saudáveis, seja no apoio a formação de OCSs.

Assim as famílias acompanhadas possuem como retorno comercial prioritário a venda direta de produtos hortifrutis e também vem produzindo, em maior ou menor volume, produtos destas áreas em transição.

O lugar da pesquisa envolve famílias de dois assentamentos, PE Monte Alegre e PA Bela Vista, situados na região central⁵ do estado (Governo do Estado e INCRA). Esta área é nacionalmente conhecida pelo alto dinamismo do agronegócio com empresas sucroalcooleiras (AMARAL, FERRANTE, 2007). Trata-se de uma região cortada por inúmeras rodovias (Anhanguera, Washington Luis, Antonio Machado Sant'Anna, Thales Peixoto Junior) e por importantes ferrovias (tronco Araraquara - Santa Fé do Sul e ramal Tabatinga), que comporta a maior empresa exportadora de suco do país e as áreas com maior concentração de plantio de cana do Brasil. Contrastando com este tônus de riqueza, a região apresenta um histórico econômico fortemente ligado a produção do café, laranja, da cana de açúcar e à exploração de mão de obra rural.

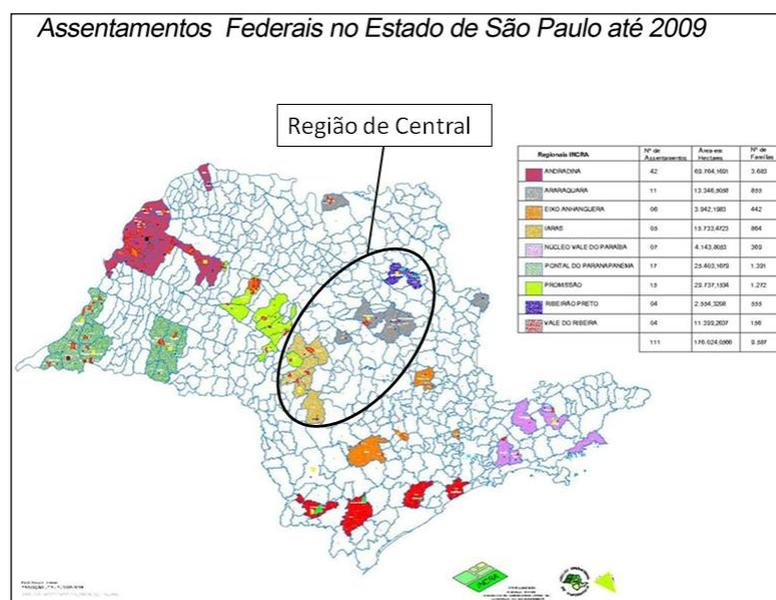


Imagem 1: Região Central de São Paulo, INCRA-UNIARA 2011.

Esta região, no total, apresenta oito assentamentos federais, totalizando mais de 1.327 famílias e o assentamento estadual com 446 famílias, que envolve a fazenda Monte Alegre (incluindo nesta contagem o Horto de Silvânia e Bueno de Andrade).

O assentamento Bela Vista está localizado inteiramente no município de Araraquara, enquanto que a Fazenda Monte Alegre, possui partes de seus núcleos dentro dos limites de Araraquara, outras partes localizam-se nos limites de Matão e Motuca. Vale ressaltar que embora apresentem diferenças, o perfil dos assentados, envolve em sua grande maioria, famílias com trajetórias fragmentadas, errantes de várias partes do país que encontram na nestes locais possibilidades de construção/reconstrução de vida. Estas famílias são formadas principalmente por ex-boias-frias, onde 66,5% são oriundos do trabalho assalariado temporário (FERRANTE e BERGAMASSCO, 1995). Boa parte destes trabalhadores são provenientes de estados como Minas Gerais, Paraná, Bahia.

⁵ A Região Administrativa Central (RA12) é uma área de governo criada pelo poder executivo do estado de São Paulo através do Decreto nº32.141 de 14 de agosto de 1990, reúne 26 municípios com uma população de mais de um milhão de habitantes e um PIB de 29 bilhões. Os maiores são: São Carlos com 241.389 habitantes, Araraquara com 226.508 habitantes e Matão com 81.439 habitantes. (IBGE/2015).

Assentamentos	Criação	Município	Área (ha)	Famílias
PA Bela Vista	27/05/1989	Araraquara	3.482,41	210
PE Monte Alegre III	14/12/1999	Araraquara	1.099,56	77
PE Monte Alegre VI	14/12/1999	Araraquara	1.253,94	93
PE Bueno de Andrade	14/12/1999	Araraquara	472,41	30
PE Horto de Silvânia	03/03/2000	Matão	405,4	16
PE Monte Alegre I	14/12/1999 ⁶	Motuca	726	47
PE Monte Alegre II	14/12/1999	Motuca	857,7	60
PE Monte Alegre IV	14/12/1999	Motuca	679,35	48
PE Monte Alegre V	14/12/1999	Motuca	483,76	33

Quadro 2: Elaborado pelo autor com base nos dados do INCRA/UCM-2016.

Especificamente a microrregião de Araraquara é composta por cinco municípios (Araraquara, Descalvado, Matão, Motuca e São Carlos) e notadamente Araraquara e São Carlos, apresentam perfis econômicos bastante diversificados e uma produção industrial acentuada como destaque para o setor metal-mecânico, o têxtil e de confecções, o de alimentos e bebidas, o de materiais de transportes, entre outros de menor expressão. No setor primário, o destaque, como mencionado, fica com as monoculturas da cana-de-açúcar, com 79% de ocupação do solo, e da laranja com 17,4% – implicando um índice de ocupação do solo superior a 96% por apenas duas culturas (INCRA-UNIARA, 2012).

Na pecuária, merece atenção o plantel avícola que atinge 1,5% da produção do Estado, fortemente ligado a integração agroindustrial, com destaque para Descalvado. Os suínos representam 2,2% do total do estado e a criação de bovinos chega a 88.000 cabeças. Assim a área ocupada com a pecuária e a criação de outros animais, representa cerca de 73% da área total recenseada (INCRA-UNIARA, 2012).

Segundo apontados pelo IBGE existiriam em Araraquara por volta de 1.400 unidades agrícolas (IBGE, 2006), assim os assentamentos de reforma agrária representam maior parcela destes estabelecimentos no município e também na região (GIAF/UFSCar, 2006) (por volta de 600). Representam mosaicos de diversidade agrícola e de diferentes estratégias de vida, inerentes a lógica produtiva das pequenas propriedades. Conforme aponta Ferrante (2006), duas estratégias básicas orientam a inserção destas famílias às economias regionais: o policultivo orientado para o autoconsumo, com venda de seus excedentes e a integração com agroindústrias, como o caso da cana, da avicultura, do milho e da mandioca. Vale ressaltar que estas formas de integração são uma constante na região, embora oscilem ao longo do tempo, representando “ciclos” que se iniciam e se encerram de tempos em tempos.

Do ponto de vista do abastecimento e circulação de produtos, observa-se esta tendência, em que uma ampla gama de itens são produzidos e escoados. A integração ocorre igualmente de forma variada ao mercado local e regional, seja por meio da venda direta em feiras e compras institucionais, integração com agroindústrias, ou seja através de vendas para intermediadores que abastecem o mercado regional (assunto este que será melhor discutido posteriormente). Desta forma, o perfil produtivo (universo heterogêneo), com ênfase mais comercial envolve a horticultura, a fruticultura - com atenção para a produção de manga, banana, mamão, goiaba, laranja, limão e abacate. A produção de eucalipto (principalmente no assentamento Monte Alegre), milho, soja, amendoim, cana e mandioca. O quadro abaixo

⁶ Oficialmente este é o ano de homologação, entretanto a ocupação destas terras ocorre em 1985, os núcleos II e III em 1986 o núcleo IV em 1987. A demarcação dos lotes e formação das agrovilas ocorre em 1988.

apresenta de forma sintética os principais produtos verificados nos dois assentamentos de Araraquara e seus destinos.

Produto/item	Assentamento	Destino
Milho	Bela Vista	Integração (ração)
		Integração (palha)
	Monte Alegre	Uso interno (alimentação animal)
		Integração (ração)
Soja	Bela Vista	Intermediador
	Monte Alegre	Pouco expressivo
Eucalipto	Bela Vista e Monte Alegre	Papel e celulose (intermediador)
		Carvão (intermediador)
		Construção (esporádica)
Horticultura	Bela Vista e Monte Alegre	Feiras (venda direta)
		PAA/PNAE (venda direta - compra institucional)
		Venda para varejões e pequenos mercados (intermediador)
Fruticultura	Bela Vista e Monte Alegre	Feiras (venda direta)
		PAA/PNAE (venda direta - compra institucional)
		Venda para varejões e pequenos mercados (intermediador)
Cana de açúcar	Bela Vista e Monte Alegre	Integração (Usinas)
		Uso interno (alimentação animal)
		Processamento (rapadura/melaço)
Mandioca	Bela Vista e Monte Alegre	Uso interno (autoconsumo)
		Feiras (venda direta)
		PAA/PNAE (venda direta - compra institucional)
		Integração (farinheiras)
Frango/galinha caipira	Bela Vista	Uso interno e venda excedente (carne e ovos) via comercialização direta
	Monte Alegre	Integração (avicultura de corte)

Quadro 3: Elaborado pelo autor, 2017.

As cooperativas e associações existentes nestes assentamentos, também revelam pontos importantes relacionados às estratégias produtivas e comerciais e também políticas. Estes processos organizativos formais sempre tiveram importância e foram induzidos por diferentes agentes em diferentes momentos ao longo da história destes espaços, conforme aponta Grigoletto, (2016). Atualmente existem de 4 cooperativas maiores e mais atuantes conforme tabela abaixo.

Nome	Sigla	Criação	Local	Presidente
Cooperativa Dos Produtores Agrícolas de Motuca e Região	COOPAM	16/03/2000	Monte Alegre	Luiz Henrique Gomes

Cooperativa Agropecuária Mista do Assentamento Bela Vista do Chibarro	COOBELA	27/07/1997	Bela Vista	Lazaro Marcos de Souza
Associação dos Produtores Rurais de Matao/SP e do Assentamento do Complexo Monte Alegre	APRUMMA	23/05/2016	Monte Alegre	Jose Donizeti Prado
Cooperativa dos Agricultores Familiares de Araraquara e Região	COOPER	23/11/2017	Monte Alegre	João da Silva Santos

Quadro 4: Elaborado pelo autor, 2017.

Estas cooperativas, em sua maioria, cumprem papel na intermediação comercial, na organização/escalonamento da produção, insere os cooperados aos editais e chamadas públicas coletivas e serve também para difusão de informações, uso coletivo de maquinário e implemtos e compras coletivas. Estas organizações oscilaram ao longo da história destes assentamentos, ora articulando-se em torno da integração ao complexo agroindustrial da região, ora se moldando às políticas públicas recentes direcionadas à agricultura familiar.

Embora tenham esse papel, ou venham a desempenhar um ou mais atributos, as cooperativas e associações formais nestes dois assentamentos sempre estiveram um conjunto relativamente comum de entraves e limitações aos processos organizativos. Em sua grande maioria são atualmente orientadas (a partir de 2003), para operarem sob o prisma do abastecimento institucional, como no caso dos programas PAA, PNAE e PPAIS. O que ensejou formas de organização mediadas e moldadas às necessidades do estado, e conseqüentemente às normativas burocráticas operacionalizadas em âmbito local pelos municípios. Embora o desenho destas políticas públicas visasse estimular a organização produtiva/comercial e política empreendida coletivamente com bons propósitos é inevitável observar a tensão existente entre à lógica própria destas famílias (camponesa) e a burocrática/comercial. As estratégias familiares individualizadas não necessariamente se coadunam com a vida organizacional da cooperativa. A coletivização da comercialização, no entanto, não implica, automaticamente, na coletivização do planejamento e da operacionalização administrativa da política pública destas organizações (GRIGOLETTO, 2016).

Nos últimos anos com a suspensão do PAA e PNAE em Araraquara por problemas de corrupção, a transição política também neste município e a redução drástica dos valores destinados a estes programas a partir do impeachment da presidenta Dilma, as cooperativas entraram novamente em uma posição muito mais a margem do que de protagonismo. Outros fatores relevantes se relacionam a desconfiança e baixo índice de adesão, causado principalmente por históricos e sucessivos problemas de gestão e endividamento, pouca transparência, e também por disputas políticas internas.

Torna-se relevante salientar que ao se falar sobre a inserção das famílias assentadas aos circuitos comerciais, pressupõe-se o reconhecimento de que a família é a chave para o entendimento do processo de tomada de decisões referentes à organização produtiva, formas de escoamento, alocação de trabalho e recursos financeiros (SHENEIDER, 2003). As decisões são orientadas para a realização do projeto futuro que a família tem para o seu estabelecimento e são pautadas pelas suas necessidades, que variam ao longo do ciclo demográfico familiar (CHAYANOV, 1974; SACCO DOS ANJOS, 2003). Estas famílias, por sua vez, estão inseridas no todo social e reverberam em seu interior parte das características que definem o jogo de forças políticas e econômicas ao qual estão expostas. A ótica que se apresenta é a ter em mente elementos internos e externos às unidades familiares, que compõem e explicam as estratégias produtivas e comerciais adotadas.

Assim, a reprodução das unidades familiares rurais baseia-se no conjunto das atividades produtivas por elas desenvolvidas e nos vínculos com os mercados que lhes são correspondentes. Uma tentativa de caracterização geral das atividades produtivas da agricultura familiar destinadas à comercialização revela a predominância da combinação

cultivo de grãos, criação animal (carnes e leite), produção hortícola (verduras e legumes) e frutas, que, em alguns casos, podem integrar o núcleo principal dos cultivos comerciais. Ao se considerar a unidade familiar rural no seu conjunto, tendo em conta as várias atividades produtivas e os correspondentes vínculos com os mercados, nota-se que a diversificação que a caracteriza se vale da complementaridade existente entre suas atividades. Ela pode também se ver frente a pressões competitivas ou a opções de estratégia que dificultam a manutenção do perfil produtivo diversificado ou tornam incompatível uma dada combinação dos recursos (MALUF, 2004).

Neste sentido, vale ressaltar que estes assentamentos vivenciaram sinteticamente nas últimas décadas dois momentos distintos: o primeiro que vai do final dos anos 90 até a primeira metade da década de 2000, se relaciona ao crescimento das integrações com a agroindústria via parcerias, dos quais se destaca a produção de cana para usinas e a criação de frangos para o complexo agrícola regional. Um segundo momento envolve o declínio destas parcerias, em função de mudanças macroestruturais envoltas nas respectivas cadeias produtivas (canavieira e avícola), o descumprimento de acordos e o não pagamento às famílias assentadas, ocorrido no final da primeira década de 2000. Neste segundo momento, passa a ganhar força no interior destes assentamentos, estratégias comerciais mais diversificadas com destaque para o crescimento da venda para mercados institucionais (PAA, PNAE, PPAIS) e a ampliação dos canais de comercialização direta, por meio de feiras de produtores que se difundiram por toda região.

O aumento da produção de alimentos objetivando o abastecimento alimentar local/regional e possibilidades de inserção da agricultura familiar nos mercados agroalimentares com base em estratégias autônomas que estimulam uma construção de mercados adequados à realidade dos agentes econômicos de pequeno porte (MALUF; WILKINSON, 1999), passam a redirecionar boa parte da produção e a forma de inserção comercial.

DISCUSSÃO

Segundo o Censo Agropecuário de 2006 (IBGE, 2006), existem no Brasil 4.367.902 estabelecimentos da agricultura familiar, o que representa 84,4% dos estabelecimentos brasileiros. Este numeroso contingente de agricultores familiares ocupava uma área de 80,25 milhões de hectares, ou seja, 24,3% da área ocupada pelos estabelecimentos agropecuários brasileiros. Estes números mostram a estrutura agrária concentrada no país: os estabelecimentos não familiares, apesar de representarem 15,6% do total dos estabelecimentos, ocupavam 75,7% da área ocupada. Apesar de cultivar uma área menor com lavouras e pastagens (17,7 e 36,4 milhões de hectares, respectivamente), a agricultura familiar é responsável por garantir boa parte da segurança alimentar do país, como importante fornecedora de alimentos para o mercado interno. Ela é responsável por cerca de 87% da produção nacional de mandioca, 70% da produção de feijão, 46% do milho, 38% do café e 34% do arroz (IBGE, 2006). Assim, é possível observar a importância desempenhada pelo segmento, porém, os menores investimentos realizados no setor agrícola são aplicados na agricultura familiar, principalmente no auxílio ao escoamento de sua produção. O desafio fundamental para a pequena propriedade, conforme apontado por Wilkinson (1999), é a busca de estratégias visando à agroindustrialização autônoma, à agregação de valor e à inserção dinâmica nos mercados (UENO, 2016).

Os canais e as estratégias de comercialização podem definir a parcela de ganho dos agricultores e sua segurança em função das flutuações do mercado, sendo um aspecto tão definitivo quanto outros fatores diretamente ligados a produção. A existência de variados canais possibilita aos agricultores diferentes formas de escoamento, dadas as circunstâncias do momento.

Estima-se que cerca de 2,7 milhões de unidades produtivas não geram renda suficiente para subsistência digna das famílias (GUANZIROLI, 2001). As dificuldades e ineficiências na comercialização representam uma situação crônica e crucial para a manutenção e sobrevivência destes atores sociais.

A agricultura familiar, em sua inserção aos circuitos comerciais tradicionais tem sido competitiva em parcela significativa da produção de hortaliças, frutas e flores. Por serem altamente perecíveis, exige-se uma combinação de canais de distribuição que permitam sua comercialização de modo eficiente. Isto, muitas vezes está fora do alcance dos produtores, fazendo com que a realização do circuito comercial seja destinada a intermediários, o que sujeita o oportunismo por parte dos agentes à jusante da cadeia produtiva, levando a comportamentos adversos (LOURENZANI, 2004).

De forma geral a agricultura familiar se vincula de duas formas aos mercados dos seus produtos (MALUF, 2002; UENO, 2016). Uma delas, a cadeias integradas nacional e internacional, e a outra forma, aos mercados regionais de produção, distribuição e consumos de alimentos.

A primeira forma de vínculo está relacionada a produtos como grãos, animais, leite e frutas destinadas a agroindústria e tende a uma maior especialização da produção em poucos produtos e a baixa autonomia, tanto no processo de escolha e na negociação de preços. Já a segunda forma envolve a participação nos circuitos de produção, distribuição e consumo locais e regionais, existentes no entorno dos núcleos urbanos próximos à unidade produtiva. Esta segunda forma de vínculo é mais adequada a uma produção pequena e diversificada - típica da agricultura familiar.

O conceito dos vínculos ao mercado, apresentado em Maluf (2004) foi utilizado como forma binária de enquadramento dos canais de comercialização. Posteriormente foi elaborado um quadro mais amplo com base nas principais formas de escoamento relacionados aos seus vínculos - representativo aos dois assentamentos.

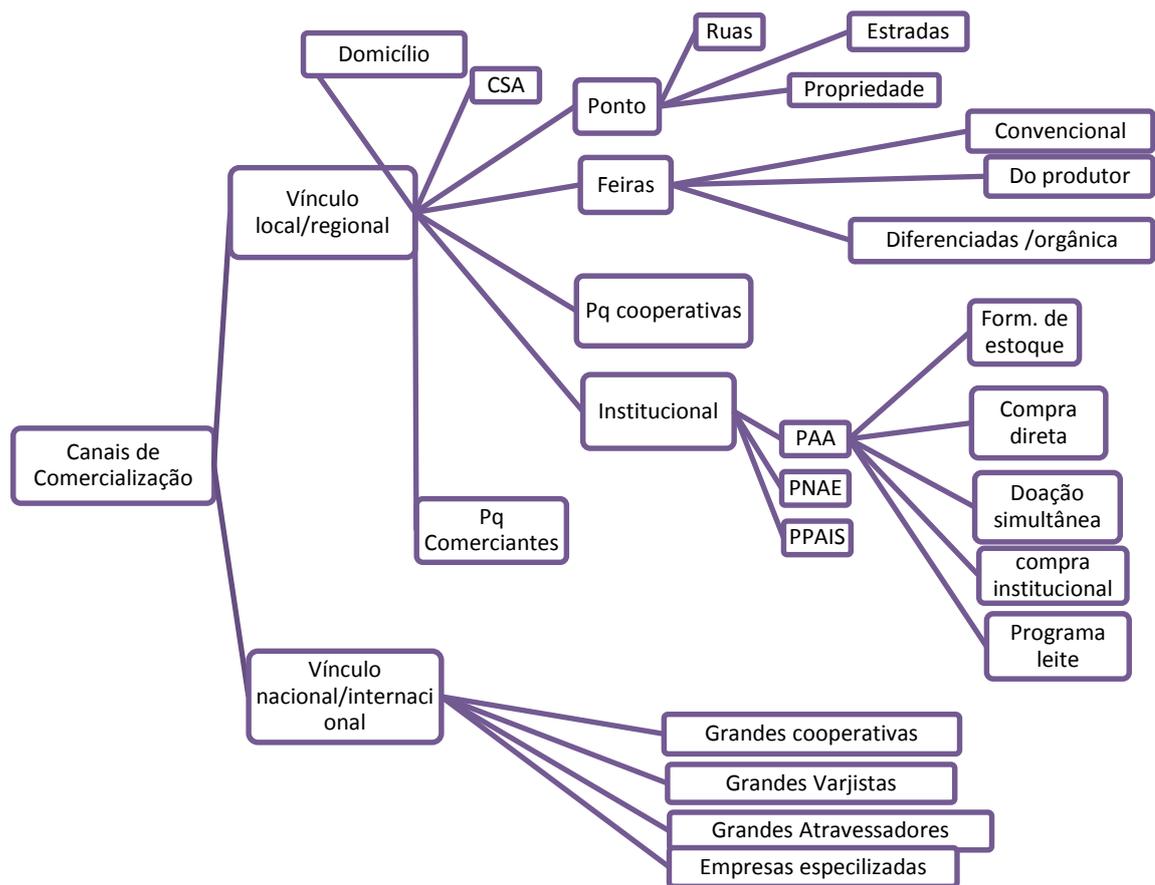


Diagrama 1- Classificação dos canais comerciais. Elaborado pelo autor, 2017.

Os vínculos nacionais e internacionais podem ser comparados aos circuitos longos de comercialização, onde o consumidor é atingido de forma indireta, através de um ou de diversos intermediários, pois é o canal longo, mais lento em seus resultados e que permite um controle menor, menos efetivo do mercado (BARBARA, 1980). Os vínculos locais/regionais são também entendidos como circuitos curtos de comercialização, circuitos de proximidade (AUBRI & CHIFFOLEAU, 2009) ou circuitos locais (MARECHAL, 2008), termos que reforçam a noção de proximidade geográfica e aludindo ao aspecto social/relacional presente na ligação entre consumidor e produtor, nos processos de desenvolvimento local e na territorialização da alimentação (DAROLT, 2013).

Nesses circuitos é bastante presente a figura do pequeno agricultor e da agricultura familiar com a produção de citar as carnes diferenciadas (como a galinha caipira), farinhas (mandioca, milho, trigo colonial, etc.), frutas (frescas ou em polpa), hortaliças, conservas e doces em geral, condimentos, etc. Esses produtos são, na maioria das vezes, expressões de diversidade, por uma ou mais das seguintes razões: são de cultivo tradicional de uma região, refletem hábitos de consumo peculiares, guardam relação com uma dada base de recursos naturais, preservam as características da produção artesanal (MALUF, 2004). Esses circuitos curtos de comercialização tendem a promover o acesso à produção de base ecológica, já que eliminam da cadeia de comercialização o atravessador, e assim oferecem os produtos a preços mais justos (UENO, 2016).

Neste sentido, torna-se pertinente, ressaltar que no sistema agroalimentar, coexistem processos de padronização e de diferenciação no consumo dos alimentos, cujos reflexos vão a produção agrícola. De um lado, mantém-se à continuidade da concentração do processamento agroindustrial, frente aos requisitos de ganhos de escala. Uma das

consequências disto tem sido o comprometimento da sobrevivência da agricultura familiar nas regiões estas cadeias produtivas têm forte presença, como o demonstram estudos sobre a condição dos agricultores integrados a agroindústrias tradicionais (avicultura, suinocultura, pecuária leiteira e até mesmo no fornecimento de cana como em Araraquara).

Por outro lado, temos um cenário onde passa a ocorrer uma maior valorização do produto, dada sua origem/procedência/qualidade/atributo. Neste cenário emerge novas oportunidades, mais viáveis aos produtores assentados ou familiares de pequeno ou médio porte. Isto inclui produtos artesanais e também com qualidade ecológica (MALUF, 2004).

Neste sentido, o estímulo à produção agrícola com a eliminação do uso de insumos químicos e a reorientação de práticas produtivas baseadas em princípios agroecológicos que vem sendo estimuladas recentemente nos assentamentos passam a merecer destaque e atenção. Algumas famílias assentadas estão destinando parte de suas áreas de produção para o desenvolvimento de práticas diferenciadas, que impactam na forma de produzir, no agroecossistema de agricultura. Estes espaços, sua produção e também a perspectiva organização produtiva e garantia de procedência, como no caso das OCSs. Isso permite o acompanhamento *in loco* das possibilidades advindas destas práticas e seu consequente impacto tanto na esfera produtiva, comercial e ambiental se contrastada as consagradas formas de produção e comercialização.

Cadeias Curtas, Comercialização Direta: Feiras em Araraquara

Nas cadeias curtas de comercialização as vendas de alimentos são feitas em feiras e outras formas de vendas diretas e representam historicamente uma das principais formas de aquisição de alimentos frescos pela população urbana, no entanto sua importância veio a diminuir a partir da década de 70 devido ao forte crescimento da indústria alimentar, da distribuição organizada, e da mudança de estilo de vida dos consumidores. O que ocorre é que recentemente as cadeias curtas voltaram a se tornar atrativas e viáveis, desta vez pela emergência de novos padrões de consumo e na articulação envolvendo, principalmente pequenos e médios produtores.

Neste sentido, ocorre um deslocamento da noção de cadeia curta, antes somente ligado à concepção de espacialidade, para uma noção mais complexa que passa a envolver o grau de reconhecimento do consumidor final sobre a origem e o sistema de produção e não somente à distância do local de produção até o local do varejo (MARSDEN et al., 2000). A noção de cadeia curta envolve em maior ou menor grau aspectos como território, confiança e credibilidade. Segundo Marsden (2000), a característica-chave das cadeias curtas de produção é sua capacidade de aproximar os consumidores e os produtores. As cadeias curtas têm ganhado maior atenção com a preocupação crescente com a qualidade dos alimentos consumidos e com a associação cada vez maior do “local” e do “natural” com o alimento saudável.

Uma tipificação das cadeias curtas pode ser citada como a face a face, de proximidade espacial e espacialmente estendida. A cadeia face a face acontece quando o consumidor adquire o produto diretamente do produtor ou processador; neste caso, a autenticidade e a confiança são geradas por meio da interação pessoal. A cadeia curta de proximidade espacial ocorre quando os produtos são produzidos e comercializados nas regiões específicas e os consumidores estão cientes da natureza local do produto no ponto de varejo; são exemplos de cadeia de proximidade espacial as vendas de produtos em festas típicas e rotas turísticas. A cadeia curta espacialmente estendida ocorre quando os valores e informações das localidades de produção são traduzidos aos consumidores que estão distantes do local de produção. Esta proximidade pode não ser espacial e um

exemplo claro de cadeia curta espacialmente estendida está nos serviços de rastreabilidade, selos de origem e identidades regionais.

Termos como cadeias e redes apresentam significados diferentes, de fato, a complexidade inerente às cadeias agroalimentares curtas por vezes poderia a elevar a condição de rede, já que não estamos tratando de cadeias convencionais tradicionalmente abordadas pela economia política, notadamente sua vertente que analisa as cadeias de commodities. Neste sentido o sistema alimentar moderno vem crescendo em complexidade (MARSDEN; MURDOCH, 2006). O que ajuda a dar sentido às mudanças recentes no setor agroalimentar, onde a fragmentação do mercado de massa agora coexiste com um ressurgente setor especializado (um crescente mundo interpessoal), operando não apenas de acordo com uma lógica econômica, mas também de acordo com lógicas culturais, ecológicas e político-institucionais (MORGAN et al., 2006). Isto é, o enraizamento do alimento em “novos mundos” está tomando lugar por causa de problemas ecológicos e de saúde no mundo industrial e a emergência de culturas de consumo que são reunidas dentro de novos “mundos do alimento”. Assim, no mundo mercantil os processos de produção permanecem “standardizados”, mas culturas de consumo estão fragmentando e ficando crescentemente diferenciadas, tanto que nichos de mercado agora existem, como no caso dos alimentos orgânicos.

Este fator coloca em questão a também inserção de produtos agrocológicos deste mesmo universo, passando a representar o elo de credibilidade e confiança, que atribuiria uma característica chave para estimular a criação de novos espaços econômicos. Em tese este mecanismo permitiria ressocializar ou re-espacializar o alimento, com qualidades específicas, permitindo ao consumidor fazer julgamento de valor. Significaria redefinir a relação produtor-consumidor ao dar claros sinais sobre a origem do produto e o papel desta relação na construção de valores e significados.

Vale lembrar que a produção e comercialização orgânica no Brasil está prevista pela Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que abre possibilidade, para a venda direta mediante mecanismos de controle social, conforme expresso no §1º, do Art. 3º, estabelece:

“§ 1º No caso de comercialização direta aos consumidores, por parte dos agricultores familiares, inseridos em processos próprios de organização e controle social, previamente cadastrados junto ao órgão fiscalizador, a certificação será facultativa, uma vez assegurada aos consumidores a ao órgão fiscalizador a rastreabilidade do produto e o livre acesso aos locais de produção ou processamento”.

Em 2007 através do Decreto 6.323, de 27 de dezembro, oficializa-se os procedimentos para a constituição de uma Organização de Controle Social. Notadamente em seu Art. 2º, inciso VIII, define:

“VIII – organização de controle social: grupo, associação, cooperativa ou consórcio que está vinculado o agricultor familiar em venda direta, previamente cadastrado no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, com processo organizado de geração de credibilidade a partir da interação de pessoas ou organizações, sustentado na participação, comprometimento, transparência e confiança, reconhecido pela sociedade”.

O papel da Organização de Controle Social é orientar de forma correta os agricultores que fazem parte dela e para que cumpra bem o seu objetivo, a OCS deve ser ativa e ter seu próprio controle, além de garantir que os produtores assegurem o direito

de visita pelos consumidores, assim como o órgão fiscalizador, às suas unidades de produção.

A fase inicial de toda OCS envolve os trâmites para o cadastramento junto ao MAPA, dos quais exige-se: (1) formulário de solicitação de cadastro preenchido e assinado; (2) formulário dos dados cadastrais de cada produtor; (3) termo de responsabilidade solidária assinado por todos os membros, se comprometendo com o cumprimento das regulamentações técnicas; (4) descrição de como se dá o controle social sobre a produção e comercialização; e (5) declaração oficial comprovando que os membros da OCS são agricultores familiares.

Concomitante e após o cadastramento dos agricultores devem ser elaborado e mantido o plano de manejo da unidade de produção atualizado, com a descrição das áreas de produção e de preservação. O plano de manejo deve contemplar: histórico de utilização da área; biomapa; listagem de espécies vegetais cultivadas e animais de criação, contendo estimativa de produção anual; sistema de produção de sementes e mudas e/ou procedência com comprovação; manejo de pragas e plantas espontâneas; manejo e procedência de dejetos animais; manejo e procedência dos insumos, com comprovação de origem; práticas para minimizar os impactos envolvendo animais silvestres; adoção de práticas que busquem a garantia da qualidade da água e do solo; destino correto de resíduos e a adoção de boas práticas agrícolas que garantam a qualidade do produto e sua conformidade.

O monitoramento passa a ser constante e obrigatório, abarcando as próprias famílias de agricultores, os consumidores e técnicos, através da realização de reuniões nas unidades de produção, em forma de rodízio. (BRASÍL, 2007).

A construção de duas novas OCSs, nos assentamentos estudados Bela Vista e Monte Alegre, com o apoio do NEEA e articulação da Feira de Alimentos Saudáveis nas dependências da Uniara abrem uma nova perspectiva em relação ao acesso a mercados para estes produtos “diferenciados”. Nos enfoques tradicionais parte-se do acesso a mercados existentes, ou estes mercados são considerados como um dado externo ao âmbito do empreendimento em questão. Diferentemente desses enfoques o caso citado e mesmo as feiras do produtor existentes em Araraquara pode se enquadrar em “mercados como resultado de construção social”. Assim ganha relevância as relações que se estabelecem entre os agentes econômicos (MALUF, 2004).

Neste sentido cabe situar as feiras existentes em Araraquara e que contam com a participação de produtores assentados. Embora a tradição das feiras seja secular, a criação de feiras específicas envolvendo produtores familiares da cidade e região é relativamente recente, tendo início com o programa “Direto do Campo”, inspirado no projeto “Direto da Roça” (1998) de Belo Horizonte e na Feira do Terminal de Campinas-SP (KURANAGA, 2006). Assim a partir de 2002, ocorre a viabilização inicial de dois espaços para o escoamento da produção familiar: uma feira aos sábados na Praça Pedro de Toledo (região central da cidade), e outra de segunda a sábado no terminal urbano de ônibus, a qual atende também a população dos bairros periféricos da cidade. A prefeitura foi responsável por disponibilizar aos feirantes barracas e transporte para a realização das feiras.

Do ponto de vista normativo/ legal apenas em 2007 tem-se o marco regulatório do programa (lei 6.570), voltado para a comercialização direta da produção agrícola familiar. Em 2014 esse programa passa a se chamar “Negócio do Campo” (lei 8.288/2014). Com a gestão da Secretaria Municipal de Agricultura, tendo o objetivo central de apoiar a “comercialização, no varejo, de produtos hortifrutigranjeiros, conservas, doces, produtos derivados do leite e da industrialização artesanal, artigos oriundos do artesanato, cultura

e lazer e outros gêneros alimentícios”, ficando proibida a venda de gêneros cuja produção e/ou extração danifiquem o meio ambiente.

São ações atuais desse programa: a feira noturna da agricultura familiar, que acontece às quintas-feiras, a feira da agricultura familiar, que ocorre aos sábados no período da manhã na Praça “Pedro de Toledo”, as feiras diárias do terminal de integração e feiras em parceria com as padarias da cidade que ocorrem de terça, quarta, quinta e domingo.

Junto com essas feiras ocorrem também feiras tradicionais na cidade (com atravessadores), a feira de alimentos saudáveis na Uniara e uma feira em condomínio da cidade. Ao todo são 25 feiras semanais, sendo 14 delas ligadas aos produtores e 12 sob a responsabilidade da Coordenadoria Executiva da Agricultura (VIEIRA, 2017). Vale mencionar que também na cidade de Matão, foi criada (desde março de 2016) uma feira nos mesmos moldes (do produtor) e esta ocorre às quartas-feiras no pátio do Ginásio Décimo Chiozzin. Inicialmente esta feira contava com 60 inscritos, e chegou a ter 49 participantes, ma apesar deste número ter caído a feira tem conseguido manter por volta de 25 produtores (assentados e não assentados).

METODOLOGIA

O próprio universo da pesquisa (assentamentos de reforma agrária) impõe uma perspectiva de análise que leve em consideração suas peculiaridades e a categoria social do sujeito “assentado”. Para Whitaker (2006) as dificuldades de se reconhecer a importância do rural e da produção de alimentos tem relação direta com o poder exercido pelo universo urbano. Isso se traduz numa estrutura histórica que vem produzindo uma enorme quantidade de preconceitos que atuam como obstáculos epistemológicos para compreensão do rural.

Assim, Whitaker (2002) em *Sociologia Rural*, e, Whitaker e Ferrante na coleção *Retratos de Assentamentos* propõem uma construção metodológica diferenciada, voltada para o interesse que o pesquisador deve ter em acompanhar o raciocínio do entrevistado de forma a deixá-lo mais à vontade, para que os aspectos subjetivos ganhem relevância nas conversas.

Neste sentido a exploração etnográfica passa a ser não apenas um trabalho de observação e registro, mas um envolvimento com a fala, a realidade e o momento.

Na coleta de informações, vem sendo levantados dados primários e secundários que ajudam a dimensionar aspectos demográficos, econômicos, e também na construção de um diagnóstico preliminar dos canais de distribuição (principalmente de hortifrutis), bem como serviu como base para a descrição do ambiente onde os produtores familiares estão inseridos e para identificação dos agentes envolvidos.

Este trabalho compreende a análise de teses, dissertações e artigos científicos do banco de dados da CAPES, SCIELO e também textos de acesso livre que não estão indexados a estas bases, de dados por meio do *Google Health* e *Google Acadêmico*. O período de busca envolve preferencialmente o início dos anos 2000 ao presente momento.

O trabalho de campo envolve o acompanhamento destas famílias (uso de questionários semi-estruturados), tanto no lote como nos locais de comercialização, entrevistas com agentes importantes em relação ao tema, como a Coordenadoria Executiva da Agricultura do município de Araraquara, técnicos do ITESP e INCRA (IBS), representante da CEASA/Araraquara e também com consumidores destas feiras. Em relação às famílias assentadas a amostra foi não-probabilística e intencional. De acordo com SELTZ et al. (1974), a suposição básica da amostragem intencional é que, com bom julgamento e uma estratégia adequada, pode-se escolher os casos que devem ser incluídos na amostra, a fim de chegar a amostras que sejam satisfatórias para as necessidades da pesquisa.

Por mais que a amostra seja não-probabilística, cabe aqui ressaltar sua importância frente ao universo de produtores familiares, que produzem preferencialmente hortifrúteis e que estão inseridos cadeias curtas de comercialização por meio de feiras no município.

O enfoque que vem se dando a constituição de um estudo multicaso. Vários estudos de caso são interessantes uma vez que, mesmo que a família acompanhada tenha renda prioritária a comercialização de produtos hortifrúteis via cadeias curtas de comercialização, existem diferentes arranjos de canal de distribuição existentes na comercialização dos demais produtos do lote. Neste sentido, a estrutura metodológica objetivou dois pontos: um diagnóstico a respeito da comercialização de produtos hortícolas em assentamentos rurais no município de Araraquara-SP, e pretende-se também elaborar uma avaliação do potencial de demanda do mercado deste município.

As unidades de análises, como mencionado anteriormente, envolve produtores situados em dois assentamentos rurais com algumas diferenças relacionadas aos tempos de formação, órgãos gestores responsáveis e grau de organização.

Os canais de comercialização dos produtos hortifrúteis no município, por sua vez apresentam-se em formatos variados (auto-serviço, entreposto atacadista, varejões/sacolões e feiras) e estes agricultores além de comercializarem em feiras, em alguns casos ainda fornecem produtos a outros pontos de abastecimento o que requer a caracterização mínima destes estabelecimentos e por isso o uso do referencial acerca das cadeias comerciais.

Nos levantamentos prévios de campo, percebe-se que além das feiras estes produtos são inseridos (variando o volume e sem uma regularidade estabelecida) em um hipermercado de autosserviço (de uma rede com atuação nacional); um supermercado de pequeno porte; e por pelo menos um varejão/sacolão de grande porte (em área nobre da cidade); e um varejão/sacolão de pequeno porte (em região de classe média/média baixa), o que sugere a complexidade de relações comerciais estabelecidas e a forma como cada uma delas ganham maior ou menor importância dado o momento e conjuntura.

Por fim, parece oportuno uma passagem do texto Capital simbólico e classes sociais de Bourdieu, onde afirma que a maioria das análises de uma realidade social admite de um lado, uma leitura armada de um uso objetivista para estabelecer *distribuições*, expressões quantificadas da repartição de uma quantidade finita de energia social, apreendidas por meio de "indicadores objetivos"; e de outro, a leitura voltada a decifrar significações e a lançar luz sobre as operações cognitivas pelas quais os agentes as produzem e decifram.

RESULTADOS PRELIMINARES

O universo de pesquisa dada sua complexidade de situações, formas de escoamento, e variedade de produtos, advindas de uma mesma unidade produtiva, permite mesmo que num universo de entrevistados muito grande (não-probabilístico e intencional) um rico panorama da forma como vem se dando a inserção de produtores assentados nos mercados locais/regionais, principalmente envolvendo cadeias curtas de comercialização.

Os agentes atualmente utilizados pelos produtores familiares demonstram um rompimento nos canais de distribuição tradicionais longo da trajetória destes assentamentos, como o caso dos atravessadores, da venda para atacadistas nas Centrais Estaduais de Abastecimento (CEASAs) e via integração produtiva aos complexos agroindustriais da região (muitos já estiveram nessa condição). Assim as feiras de produtores apontam para a possibilidade de maior autonomia produtiva e comercial, mas enfrenta por outro lado os dilemas da oscilação de demanda e uma possível recente saturação em relação à grande quantidade e difusão de pontos de venda. Percebe-se nestas unidades produtivas a redução na intermediação da comercialização e a abertura de novas opções e oportunidades de inserção no mercado.

Em relação ao abastecimento para o comércio varejista, nas conversas com as famílias assentadas percebe-se que ela é apenas viável aqueles produtores que estão com uma produção

significativa. No entanto, os produtores que dependem apenas destes agentes para distribuir seus produtos estão recebendo os menores preços do mercado e correm grandes riscos devido à alta dependência. A distribuição para pequenos e médios supermercados locais é viável até que os mesmos não assumam um comportamento similar ao das grandes redes varejistas de autoserviço. Alguns trabalhos (Lourenzani et al, 2001; Souza, 2001) têm demonstrado que os produtores familiares não têm condições para atender muitas das exigências fixadas por estes varejistas, tais como: disponibilização de um repositor, altas quantidades de produtos, parceria em promoções nas quais os produtores entram com grande volume de produtos a preços irrisórios, entre outros.

Em relação ao levantamento produtivo e comercial as informações apresentadas neste trabalho são fruto das conversas e informações repassadas pelos agentes nas idas a campo e visita a duas feiras. Os dados mais sistematizados sobre uso do solo, composição da força de trabalho, formas de manejo, disponibilidade e uso de insumos e sementes, e também questões relativas a comercialização como produtos, quantidade, destino, valores recebidos e peso na renda familiar estão na fase de sistematização. Até o momento foram realizadas 16 visitas/coletas de dados, embora em apenas 3 delas o detalhamento do subsistema comercial foi feito.

As entrevistas com os agentes institucionais serão feitas uma este ano (com a Coordenadora Executiva da Agricultura do município de Araraquara) e as demais entre janeiro e março de 2018, assim como intensificação das visitas nos lotes e acompanhamento das feiras.

A coleta de informações sobre os entrepostos que comercializam hortifrutis (com origem assentada), no município para além das feiras, o que inclui hipermercados de autoserviço, supermercado de pequeno porte, varejões/sacolões de grande e pequeno porte em Araraquara será alvo de análise do projeto “Do informal para o formal: uma investigação das redes de abastecimento alimentar territoriais” e servirá de referência para o trabalho, embora não constitua o cerne da pesquisa em andamento.

Em relação à comercialização e aos produtos diferenciados (em transição agroecológica), tem-se observado que a possibilidade de sobrepreço, não se verificou. Na única feira com este caráter específico (Feira de Alimentos Saudáveis da Uniara), o número de produtores diminuiu de 13 inicialmente para 5 (contando ainda com oscilações), isso se deve a dificuldade em estabelecer volume de produção para atender a feira, a excessiva jornada relacionada ao “fazer feira”, uma vez que a maioria destas famílias participam de outras feiras ao longo da semana e também e ao fluxo menor de consumidores se comparado as outras feiras do produtor existentes no município. Entretanto as famílias que se mantiveram relatam aspectos positivos como a fidelização do cliente, os custos produtivos menores, e o interesse crescente em ampliar a área destinada à produção sem agroquímicos.

Neste sentido vale reforçar que o processo de ecologização na agricultura se realiza ao longo do tempo e envolve um processo transitivo de passagem da agricultura convencional à estilos de produção mais complexos sob o ponto de vista da conservação e manejo dos recursos naturais. Logo, a transição agroecológica se refere a um processo gradual de mudança, entretanto, por se tratar de um processo social, a transição agroecológica implica não somente numa maior racionalização econômico-produtiva com base nas especificidades biofísicas de cada agroecossistema, mas também numa mudança nas atitudes e valores dos atores sociais em relação ao manejo e conservação dos recursos naturais, o que talvez venha a ser o maior obstáculo à concretização destas práticas.

Em questionários aplicados aos consumidores desta feira em específico, alguns elementos interessantes permitem captar a percepção que os mesmos apresentam em relação à compra direta e também à importância atribuída aos alimentos saudáveis (perspectiva da feira). Estes dados foram coletados em dois momentos distintos (setembro de 2016 e de abril e maio de 2017) com 28 consumidores e pretende-se fazer o mesmo em relação às outras feiras. Como

estes dados já foram tabulados transcrevo abaixo alguns pontos importantes e que podem ser aproveitados no projeto.

A maioria dos entrevistados está na faixa de 20 a 30 anos, o que poderia levar a crer que se trataria, em especial, do público que estuda na universidade. Mas ao cruzarmos com as informações relacionadas à escolaridade percebe-se que 55% têm o ensino médio e que 36% tem graduação (cursando) ou concluída, portanto a maioria frequenta a instituição visando especificamente acessar a feira, embora a mesma conte com a presença de alunos e funcionários da própria instituição.

Em relação à forma como tomaram conhecimento da feira, percebe-se a importância do “boca a boca”, na divulgação da feira. Ao ser questionado sobre isso um dos entrevistados mencionou que a indicação de uma pessoa próxima funciona como uma validação, baseada na confiança e credibilidade. A divulgação com o uso de mídias impressas como panfletos e outdoors representam 36%, se somadas. Merece destaque também o papel exercido pelas redes sociais como forma de divulgação.

Um dos pontos mais relevantes diz respeito aos motivos para a escolha e consumo dos produtos livres de agrotóxicos. Neste sentido 55% relata que a motivação principal envolve questões relacionadas à saúde, basicamente. Nas demais respostas a preocupação com a saúde divide espaço com outras dimensões, como o respeito ao meio ambiente (27%) e a qualidade e sabor do produto (18% se somado). A noção de saúde, atribuída neste caso em associação com a alimentação saudável, pode ser entendida em sentido mais amplo, como componente da qualidade de vida. A saúde é silenciosa, geralmente não é percebida em sua plenitude; não existe um limite preciso entre a saúde e a doença, mas uma relação de reciprocidade entre ambas; entre a normalidade e a patologia. Assim, além do sentido nutricional, a busca por alimentos livres de agrotóxicos parece cumprir esse papel de satisfação psicoemocional, como no relato de um dos entrevistados que diz: “- Nos é vendida uma ideia errada de comer bem, pois esse comer bem significa atacar a saúde (...) consumir produtos sem veneno, orgânicos, sim é uma forma inteligente de viver bem”.

Em relação ao conhecimento e compreensão dos riscos relacionados ao consumo de alimentos com uso de agrotóxicos, foi citado de forma geral pela maioria os problemas de saúde. A associação ao risco de câncer e intoxicação aparece em 22% das respostas.

Quando questionados sobre o conhecimento sobre alimento orgânico e agroecológico – 90 % respondeu ser o alimento livre de agrotóxicos e 10% por cento distinguiu agricultura orgânica de agroecológica. Para a maioria trata-se de práticas e produtos similares, apenas um dos entrevistados demonstrou conhecimento sobre as diferenças.

Em relação à frequência, a maioria (64%) diz fazer compras eventuais de produtos livres de agrotóxicos (orgânicos ou agroecológicos). O motivo alegado foi o da dificuldade de encontrá-los, a não ser na feira, com regularidade, variedade e bom preço. A junção destes três elementos é visto pela maioria como essenciais para um aumento no consumo. Também foi mencionado o interesse em maior variedade de produtos, em especial para as frutas. Em relação à precificação diferenciada, a margem de diferença tolerável entre produtos convencionais e livres de agrotóxicos oscilou entre 5 e 15% (71%), ou seja, existe uma compreensão – verificada nos preços de alimentos orgânicos de supermercados de que a produção do mesmo requer maiores cuidados, com menor escala o que implicaria em custos maiores de produção. Na fala de uma das entrevistadas ela procura estes alimentos justamente por não serem produzidos como “linha de montagem”, o que segundo seu relato preservaria maior qualidade nutricional aos mesmos.

Em relação à comercialização direta, ela é valorizada por 67% dos entrevistados por beneficiar o produtor e representar uma forma de comércio mais justo. Nas outras respostas observa-se a importância do contato direto com o produtor e as informações sobre os produtos (16%). O fato de não haver incidências de impostos foi lembrada por 17% dos entrevistados,

que entendem que essa, junto a ausência de intermediários permite a manutenção de preços atrativos.

Por fim em relação à remuneração 82% recebem no máximo dois salários mínimos e a renda familiar gira entre 3 a 6 salários mínimos, ou seja, uma renda familiar não elevada.

Essa informação demonstra o caráter popular e acessível da Feira, e o mesmo se pode afirmar em relação as demais feiras.

Neste caso a produção de alimentos livres de agrotóxicos e orgânicos são geralmente associados a nichos de mercado de alto poder aquisitivo, o que não se verifica aqui. Os preços praticados, conforme verificado pelo NEEA, em pesquisa de preço realizada no segundo semestre de 2016 são mais baixos, em alguns casos, que produtos convencionais comercializados em varejões e supermercadados da cidade.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU P. **Coisas Ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

BRASIL. Decreto n. 6323 de 27 de dezembro de 2007. Disponível em <<http://www.planetaorganico.com.br/decreto6323.htm>> Acesso em 09 de mar. de 2015.

BRASIL. Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003. Disponível em <<http://www.planetaorganico.com.br/instnorm6.htm>> Acesso em 13 de mar. de 2015.

BRASIL. Instrução Normativa nº 006, de 10 de janeiro de 2002. Disponível em <<http://www.planetaorganico.com.br/lei23dez03.htm>> Acesso em 10 de mar. de 2015.

BRASIL. Instrução Normativa nº 007 de 17 de maio de 1999. Disponível em <<http://www.planetaorganico.com.br/instnorm.htm>> Acesso em 12 de mar. de 2015.

FERRANTE, V. L. S. B. e WHITAKER, D. C. A. (org.). **Retrato de Assentamentos**. Cadernos de Pesquisa, números: 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 e 11. NUPEDOR. Programa de Pós-graduação em Sociologia. F.C.L.- Unesp/Araraquara.

FERRANTE, V. L. S. B. e BARONE, L. A. O sindicalismo rural paulista na última década: fissuras e contrapontos. **Revista Reforma Agrária**, no. 1, vol. 24, Campinas, ABRA, jan./abr.1994.

GARCIA, M. A. Ecologia aplicada a agroecossistemas como base para a sustentabilidade. **Informe Agropecuário**, 22(213), 30-38. 2001.

GUANZIROLI, C. E.; ROMEIRO, A. BUAINAIN, A. M.; SABATTO, A.; DI BITTENCOURT, G. **Agricultura Familiar e Reforma Agrária no Século XXI**. Rio de Janeiro: Garamond, 2001.

LOURENZANI, A. E. B. S. et.al. **Barreiras e oportunidades na comercialização de produtos hortícolas provenientes da agricultura familiar: um estudo de caso em**

assentamento no município de Araraquara – SP. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL. 2002. Anais... Passo Fundo: UPF, 2002.

_____. **Um estudo da competitividade dos diferentes canais de distribuição de hortaliças.** Gestão e Produção, v.11, n.3, p.385-398, set.-dez. 2004.

MALUF, R.S. **Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais.** Ensaios FEE 25 (1). 2004.

MORIN, E.; CIURANA E.; MOTTA, R. D.. **Educar na era planetária: o pensamento complexo como método de aprendizagem pelo erro e incerteza humana.** Tradução de Sandra Trabucco Valenzuela e revisão técnica da tradução Edgard de Assis Carvalho. 2 ed. São Paulo: Cortez; Brasília-DF: UNESCO,

UENO, V.A.; NEVES, M.C.; QUEIROGA, J.L.; RAMOS FILHO, L.O.; OLIVEIRA, L. P. **Estratégias de Comercialização da agricultura familiar: estudos de caso em assentamentos rurais do estado de São Paulo.** 2016. Disponível em <<https://www.alice.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/1065665/1/2016AA50.pdf>>. Acessado em 15 de novembro de 2017.

WILKINSON, J., **Cadeias Produtivas para Agricultura Familiar.** Revista de Administração. Lavras: Universidade Federal de Lavras, v.1, n.1, jan./jun., 1999.

WHITAKER, D. C. A. **Sociologia Rural: questões metodológicas emergentes.** Presidente Venceslau-SP. Letras à Margem, 2002.

WHITAKER, D. C. A.; BEZZON, L. C. **A Cultura e o Ecossistema: reflexões a partir de um diálogo.** Campinas: Alínea, 2006.