

**REDESENHANDO OS MERCADOS:
A PROPOSTA DOS CIRCUITOS DE PROXIMIDADE*¹****REDESIGNING MARKETS: THE PROPOSAL OF PROXIMITY CIRCUITS**

Julian Perez-Cassarino² & Angela Duarte Damasceno Ferreira³
julian.cassarino@uffs.edu.br - angeladuarterferreira@gmail.com
Universidade Federal da Fronteira Sul - Universidade Federal do Paraná
Santa Catalina - Paraná, Brasil

RESUMO

Estudos sobre o sistema agroalimentar global têm demonstrado como este tem sido responsável pela concentração econômica no âmbito da atividade agroalimentar e exercido particular pressão sobre a agricultura familiar e camponesa, comprometendo sua autonomia e condições para garantia de sua reprodução social. Em contraposição a esta realidade surge a proposta da agroecologia, enquanto forma alternativa de produção e organização das atividades agroalimentares. A Rede Ecovida de Agroecologia articula grupos de agricultores ecologistas, organizações de assessoria e consumidores nos Estados do Sul do Brasil. A presente pesquisa baseou-se na análise de seis iniciativas de comercialização no âmbito da Rede Ecovida. As análises realizadas permitiram observar que a construção de mecanismos alternativos de mercado tem possibilitado a organização da ação econômica de forma a reconstruir e fortalecer a racionalidade socioeconômica da agricultura familiar e camponesa, baseada em princípios diferentes da capitalista e na busca pela sustentabilidade ambiental. Estes mercados centram-se na aproximação agricultor-consumidor, favorecendo a mediação social e a transparência nos mercados, bem como a circulação e troca de informações, comumente denominados de 'circuitos curtos'. Propõe-se aqui uma abordagem ampliada sobre a ideia de circuitos curtos, que para além da proximidade geográfica, considere aspectos vinculados à democratização do acesso aos alimentos e da aproximação social e cultural entre os agentes envolvidos. A partir da noção de 'Circuitos de Proximidade', indica-se a ideia da construção de mercados que priorizem a proximidade espacial, articulando a esta, a informação interpessoal, o fortalecimento de sociabilidades, bem como as relações de solidariedade e reciprocidade entre os atores envolvidos, caso observado na realidade da Rede Ecovida de Agroecologia.

Palavras-chave: agroecologia, circuitos de proximidade, soberania e segurança alimentar e nutricional, agricultura familiar e camponesa.

* Artículo recibido el 20 de junio de 2015; aceptado el 28 de noviembre de 2015.

¹ O presente artigo é uma atualização do artigo "A construção de mecanismos alternativos de mercados de alimentos ecológicos como forma de redesenhar os sistemas agroalimentares: a proposta dos circuitos de proximidade", apresentado no VI Congresso Internacional de Sistemas Agroalimentares Localizados.

² Engenheiro Florestal. Doutor em Meio Ambiente e Desenvolvimento (PPGMADE)/UFPR. Professor Adjunto da UFFS/Laranjeiras do Sul, Paraná - Brasil.

³ Socióloga. Professora Sênior. Doutorado em Sociologia pela Université de Paris III (Sorbonne-Nouvelle).

ABSTRACT

Studies about the agrofood global system have demonstrated how it have been responsible for the economic concentration among agrofood activities and practised particular pression above peasantry, compromising the autonomy and conditions that secure its social reproduction. In conraposition to this reality, arises the proposal of agroecology, as an alternative form of production and organization of agrofood activities. The Rede Ecovida de Agroecologia articulates ecological peasant's groups, NGOs and consumers in Brazil's southern States. This present research is based in the analisis of six commercial iniciativas of Rede Ecovida. The analisis realised allowed the observation that the construction of alternative mechanisms of markets have possibilited the organization of economic's actions in a way that allows reconstruct and reinforce the peasant's socioeconomical rationality, which is based in different principles from capitalism and in the search for the environmental sustainability. These markets, known as 'short circuits', focus in the peasant-consumer's approximation, favouring the social mediation and the market's transparency, as well as the information's circulation and trade. It is proposed an expanded approach about the 'short circuits' idea, which, beyond the geographic proximity, considers aspects linked to the food access democratization and the social and cultural proximity of the agents involved. From the notion of 'Circuits of Proximity', it is indicated the idea of market's construction which prioritize the spacial proximity joint to the interpersonal information, to the strengthen of sociabilities, as well as to the reciprocity and solidarity relations among the involved actors, such as observed in the Rede Ecovida de Agroecologia reality.

Key words: agroecology, proximity circuits, sovereignty and food security and nutrition, family and peasant agriculture.

Introdução

A partir de uma leitura do papel da agroecologia enquanto ferramenta para o redesenho dos sistemas agroalimentares, o presente trabalho busca fazer uma aproximação desta abordagem com os conceitos de soberania e segurança alimentar e nutricional. O estudo encontra-se apoiado em trabalho de campo realizado junto a seis núcleos regionais da Rede Ecovida de Agroecologia, localizados nos Estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul-Brasil, analisando as estratégias de construção social de mercados desenvolvidas em cada local. Valoriza-se especificamente a perspectiva de construção de mecanismos de mercados que possibilitem a reconfiguração das relações sociais e econômicas nestes espaços. Desta forma, a análise privilegia aspectos vinculados à organização socioeconômica e as relações de solidariedade e reciprocidade que se estabelecem entre agricultores e destes com o público consumidor, de forma a que a realocização dos mercados esteja apoiada não somente na proximidade em termos espaciais, mas também na reaproximação social e cultural entre atores do campo e da cidade.

O artigo está organizado em três seções, sendo uma primeira seção teórica, sobre a articulação entre agroecologia, soberania e segurança alimentar e nutricional e o redesenho de sistemas agroalimentares. A segunda seção apresenta a Rede Ecovida de Agroecologia, os casos pesquisados e metodologia utilizada e a terceira seção faz uma análise dos casos, trazendo para a discussão a proposta dos 'Circuitos de Proximidade'. Ao final realizam-se algumas considerações sobre o trabalho em questão.

1. Agroecologia, sistemas agroalimentares e a questão dos mercados

A agricultura familiar e camponesa possui uma racionalidade própria, característica de sua lógica orientada pela busca constante e crescente de condições que possibilitem sua

reprodução social. No entanto, muitas leituras teóricas confundem essa racionalidade com uma condição de subsistência, que indicaria um limite na capacidade produtiva e de geração de excedentes por parte da agricultura familiar e camponesa. Tal abordagem reforça a perspectiva da ineficiência econômica deste grupo social e relega a um segundo plano sua importância em termos de desenvolvimento rural. Essas abordagens, pouco explicam sobre as origens de um possível empobrecimento do campesinato no Brasil. No entanto, a racionalidade socioeconômica e as relações estabelecidas pela agricultura familiar e camponesa proporcionam ações produtivas e de troca que configuram sistemas de alta complexidade e produtividade. Conforme afirma Ploeg:

No contexto amplo da economia rural regional, muitas unidades camponesas de produção podem existir lado a lado, sendo que suas mútuas inter-relações são governadas através de complexos e variados balanços entre autonomia e cooperação. A reciprocidade é frequente e importante característica em tais balanços e, sem dúvida, uma força motriz para o desenvolvimento e o crescimento (2009, p. 36).

No caso brasileiro, apesar da fragilidade das políticas públicas para este setor, podem-se tomar como exemplo os dados já bastante difundidos sobre a capacidade de abastecimento da agricultura familiar e camponesa no mercado local e nacional. Para Wanderley (2009) podemos falar na agricultura familiar e camponesa como um setor “bloqueado”, ou seja, impedido de desenvolver as potencialidades características de sua forma social de produção. Esse bloqueio se define pela condição básica dos limites no acesso à terra, porém pode ser extrapolado para as normas e os padrões impostos pela modernidade à atividade social e econômica da agricultura familiar e camponesa. No meio rural, a categoria da agricultura familiar e camponesa tem sido o grupo social mais atingido pelas mudanças nos padrões do sistema agroalimentar nos últimos anos. À desestruturação dos sistemas locais de produção gerada pela liberalização da economia, abertura ao comércio exterior e estímulo às culturas de exportação, associam-se a desestabilização social, ambiental e econômica que os padrões tecnológicos da 'revolução verde' lhe impõem. Ou seja, “ao mesmo tempo em que é limitada em sua expansão, a agricultura familiar sofre as consequências da imposição do modelo de modernização dominante” (Wanderley, 2009, p. 62).

Tal processo tem significado o comprometimento da disponibilidade de recursos naturais disponíveis, por contaminação, erosão ou sobreuso; além de um processo permanente de redução da qualidade da alimentação familiar pela simplificação dos sistemas de produção e sua maior inserção no mercado. Neste sentido, cada vez mais, as famílias veem sua autonomia comprometida, em função de um maior grau de descapitalização, dependência externa (insumos, tecnologia, mercado) e desvalorização do saber e das práticas historicamente construídos. Agregam-se a essa realidade os recentes rearranjos organizacionais determinados pelas mudanças nos formatos de compra e distribuição das grandes redes de supermercados, centradas cada vez mais em compras agrupadas, reduzindo número de fornecedores, aumentando os volumes demandados por pedido e demandando maior logística de estocagem, conservação e transporte dos produtos (Green, Schaller, 1999).

Estas crescentes mudanças –sempre no sentido da centralização e concentração das cadeias produtivas, da renda econômica, dos arranjos institucionais e das tomadas de decisão– favorecem o estabelecimento de circuitos longos, centrados nos grandes deslocamentos de matérias-primas e produto e na desconexão entre produção e consumo e, em consequência

disto, no distanciamento social e cultural entre agricultores e consumidores e destes últimos para com os alimentos consumidos (Triches, 2010).

Em contraposição, estratégias que visem romper com essa dinâmica de bloqueios frequentes e permanentes ao desenvolvimento da agricultura familiar e camponesa vem sendo construídas no âmbito da sociedade e da academia, de forma a repensar e redesenhar os sistemas agroalimentares em bases mais justas, saudáveis e sustentáveis. Uma das alternativas em construção nos últimos anos no âmbito dos movimentos sociais do campo e da academia tem sido a proposta da agroecologia. Base a partir da qual se apoia o desenvolvimento desta pesquisa, a agroecologia busca se constituir como alternativa às formas hegemônicas de organização dos sistema agroalimentar global e das relações sociais, econômicas e ambientais que se dão no 'campo' e do diálogo deste com a 'cidade'.

A discussão em torno da agroecologia se confunde com a entrada da agenda ambiental nos grande debates internacionais, tendo como uma de suas origens uma corrente de viés ambientalista, porém sustentada numa proposta de uso sustentável dos recursos baseado na aplicação dos princípios da ecologia nas formas de manejo agropecuário. Essa proposta parte do resgate e da revalorização das práticas agrícolas tradicionais indígenas/camponesas na América Latina, notadamente nos Andes e no México (Altieri, 1989; Gliessman, 2000). Essa perspectiva, apoiada no conhecimento e na tradição de manejo dos recursos naturais por parte de comunidades indígenas e camponesas, é aprofundada por outros autores do campo das ciências sociais, entre os quais podem-se destacar Eduardo Sevilla-Guzmán e Manuel Gonzalez Molina, que identificam as origens da agroecologia dentro da evolução dos estudos sobre o campesinato. Nesse sentido, a agroecologia cobra uma postura crítica aos atuais modelos de produção e distribuição de alimentos, seja pelos seus efeitos ambientais e à saúde humana, seja pelas iniquidades sociais e os desníveis econômicos observados pelo avanços da agricultura industrializada, sustentada na segmentação e elitização do conhecimento. A proposta agroecológica demanda um enfoque holístico, em que “a agricultura há de ser contemplada como uma interseção de sistemas de natureza ecológica, social e econômica” (Sevilla-Guzmán, 2006, p. 224, tradução livre), a partir do qual o diálogo com o conhecimento camponês, historicamente construído, cumpre um lugar essencial no seu desenvolvimento.

As relações de mercado estabelecidas pelo campesinato possuem particular relevância na sua constituição como forma social e ambiental de organização e manejo dos recursos naturais. Nesse sentido, a compreensão deste momento de interação entre agricultores e a sociedade, mediado pela troca mercantil, torna-se um espaço privilegiado de análise, confrontos, mediações e estranhamentos entre este novo paradigma e as bases ideológicas e materiais que configuram a racionalidade técnico-científica da dita sociedade mercado.

A questão do acesso e construção de mercados permeia, portanto, a dinâmica de organização e funcionamento da agricultura familiar e camponesa, sendo aspecto estratégico da garantia, ou não, da reprodução social das famílias. Neste sentido, é importante que no âmbito da agroecologia, se contemple, como proposta alternativa para o desenvolvimento rural, uma abordagem diferenciada dos mercados, que busque fortalecer a agricultura familiar e camponesa como ator central deste processo. Da mesma forma, os mercados se constituem enquanto etapa fundamental do processo agroalimentar, capaz de influenciar procedimentos e padrões de ordem produtiva, sanitária, logística, de apresentação visual e outros.

O recente avanço das grandes redes supermercadistas e seu intenso processo de concentração corporativa⁴ levam a um equivalente poder de definição dos padrões de produção

⁴ Em 2014, as cinco maiores redes supermercadistas do Brasil detinham 61,4% do total do mercado (Filho, 2014).

e consumo, respectivamente, aos agricultores e consumidores, por dominarem a etapa final do processo alimentar, a comercialização direta ao consumidor. Dentro dos padrões estabelecidos por essas grandes redes, os produtos orgânicos ou ecológicos encontram um espaço a ser ocupado, dado pela perspectiva de acesso a mercados de nicho, que privilegiam os produtos diferenciados, orientados por uma motivação de saúde, da denominação de origem, da delicatessen, da artesanidade, voltados a atender a um consumidor também diferenciado e, na grande maioria dos casos, de maior poder aquisitivo (Wilkinson, 2008). Tal perspectiva tem significado historicamente uma tensão dentro da construção prática da agroecologia a campo, bem como um ponto relevante de debate dentro do movimento agroecológico (Meirelles, 2004; Soler, 2009; Soler, Calle, 2010). Hoje, a comercialização dentro dos circuitos estabelecidos no sistema agroalimentar global, grandes redes varejistas, lojas de delicatessen e especializadas, mercados especializados, corresponde aos principais mercados de produtos orgânicos.

As relações comerciais e a decisão sobre que tipo de mercado, bem como as formas de inserção nestes, configuram-se como um importante ponto de estrangulamento na construção crítica da proposta da agroecologia, uma vez que este é o espaço 'privilegiado' – o espaço do(s) mercado(s) – de tensão entre a prática e o discurso de enfrentamento e construção de alternativas aos padrões hegemônicos estabelecidos e(ou) a conveniência com determinadas condições – que muitas vezes também são oportunidades – de inserção nos mecanismos hegemônicos de organização da comercialização, notadamente na relação com as grandes redes supermercadistas e na exportação. Dessa forma, as iniciativas desenvolvidas pelas organizações no âmbito da agroecologia “deparam-se no seu dia a dia, com uma sociedade intensamente colonizada pelas relações de mercado capitalistas, ainda que outras lógicas econômicas (da partilha, da reciprocidade) não tenham deixado de existir” (Schmitt, Tygel, 2009, p. 118).

Nesse sentido “os limites da produção ecológica como alternativa para o meio rural aparecem em direta conexão com os canais de comercialização dominados por grandes corporações onde dominam critérios de rentabilidade econômica ficando a atenção das necessidades básicas subordinada ao mecanismo de preços” (Soler, Calle, 2010, p. 263, tradução livre). Essa contradição é praticamente constante no debate interno ao movimento agroecológico, embora também se encontra presente nos debates teóricos tanto do campo da agroecologia como da agricultura familiar e camponesa como um todo.

O fato é que este enfrentamento está no centro do perfil e da orientação técnica, social e econômica da agroecologia, para Soler (2009, p. 27, tradução livre), “uma agricultura ecológica orientada à distribuição comercial massiva e vinculada a uma indústria concentrada e localizada preferencialmente nos países industrializados pretenderá manter a atual especialização agrária em grandes propriedades onde predominam os grandes cultivos”. A proposta passa então a centrar-se na busca de formas alternativas de comercialização dos produtos, que objetivam, por um lado, permitir melhores condições de construção de mercados por parte dos agricultores e, por outro, possibilitar maiores condições de acesso aos alimentos ecológicos por parte dos consumidores, bem como vislumbrar a construção de processos contra-hegemônicos aos padrões da globalização capitalista, especificamente dentro do sistema agroalimentar (Meirelles, 2004; Rede Ecovida, 2007; Sevilla-Guzmán, Soler, 2010).

Tais iniciativas consolidam processos diferenciados de desenvolvimento rural, baseados na construção de sistemas agroalimentares alternativos em escala local, mas que visa e, em muitos casos realiza, articulações regionais, nacionais e internacionais, tendo como um dos pilares de sustentação a construção de circuitos curtos de comercialização e a valorização dos mercados locais. Dessa forma:

a práxis socioeconômica da Agroecologia avança na construção de sistemas agroalimentares alternativos que se caracterizam por reequilibrar as relações de poder entre produção e consumo, aproximando aos agricultores e criadores aos espaços de consumo estabelecendo relações cooperativas equilibradas e negociadas com os consumidores sobre bases comuns que transcendem as exclusivamente mercantis, atualizando assim valores historicamente vinculados ao campesinato na construção de sociedades mais justas e sustentáveis no contexto atual da globalização (Sevilla-Guzmán, Soler, 2010, p. 205, tradução livre).

A tradução concreta dessa construção se dá no estabelecimento dos chamados circuitos ou canais curtos de comercialização, focados em estratégias variadas de aproximação agricultor-consumidor, bem como tendo a clara prioridade de abastecimento local e regional, fundamentada na economia energética, na redução de deslocamentos, na valorização da produção local e na compreensão da sazonalidade produtiva regional (Meirelles, 2004; Soler, Calle, 2010). Neste sentido:

Os canais curtos de comercialização permitem reequilibrar as relações de poder entre o agricultor e a distribuição comercial favorecendo uma distribuição do valor agregado mais favorável para o primeiro. A partilha do valor agregado se faz essencialmente entre consumidor e agricultor, a comercialização recupera seu papel tradicional subordinado ao enlace e articulação de mercados e não o poder estratégico de controle do acesso ao mercado e da decisão do que é consumido. (...) Os mercados locais tem além disto importantes benefícios ecológicos já que reduzem drasticamente as necessidades de transporte dos produtos (Soler, 2009, p. 29, tradução livre).

Neste ponto, faz-se relevante a compreensão de que novos espaços e formatos devem ser constituídos, com as mais diferentes perspectivas e dentro das mais diversas realidades. O que aqui se considera é que mais do que simplesmente 'acessar' o mercado deve-se pensar, conforme propõe Maluf (2002), em 'construir' novos mercados, que sejam adequados à realidade e condições sociais, econômicas, culturais e ambientais deste público. Conforme destacado por Sabourin (2009), torna-se necessário, nessa perspectiva, identificar os princípios que conduzem as relações de mercado, de que maneira, os valores humanos da reciprocidade e solidariedade se formam e passam a definir as práticas de mercado socialmente construídas. Assim, torna-se de particular relevância

[...] estudar o tipo e intensidade de cooperação e interação coletiva que implica participar em dita rede ou canal e, conseqüentemente, o tipo e intensidade de vínculos humanos ou relações pessoais que geram estas redes como processo de aprendizagem de uma socialização alternativa em códigos e práticas de cooperação e interação. [...] Aparecem assim dois eixos de análise que nos podem ser úteis como guia. Por um lado, o grau de predomínio do “mercado criador de preços”

através do jogo individual de intercâmbio de preços e quantidades. Por outro, o tipo e grau de ação coletiva que é particular em cada uma das redes e que, portanto, implica o desenvolvimento de instituições alternativas às mercantis (Soler, Calle, 2010, pp. 266-267, tradução livre).

O aprofundamento do diálogo teórico, fundamentalmente, em torno das iniciativas em andamento no campo da agroecologia, propicia, então, um vasto campo de reflexões sobre as possibilidades da agroecologia como proposta alternativa de desenvolvimento rural e de organização dos sistemas agroalimentares.

2. A Rede Ecovida de Agroecologia e os mecanismos alternativos de mercados

A formação da Rede Ecovida de Agroecologia se explica por meio de uma leitura histórica da promoção da agroecologia no Sul do Brasil. Seu surgimento é resultado da necessidade de articulação sentida pelas organizações não governamentais e grupos de agricultores ecologistas à medida que seu público e suas ações se ampliavam e ganhavam proporção. Ao mesmo tempo, o próprio aumento de visibilidade na sociedade das iniciativas em torno das formas alternativas de produção (agroecologia, agricultura orgânica, biodinâmica, natural, etc.) e a demanda por políticas públicas neste sentido reforçavam a necessidade de se ter um espaço comum de articulação e representação política da agroecologia.

A Rede Ecovida de Agroecologia é, atualmente, a maior forma de expressão em favor da agroecologia na região Sul do Brasil. É constituída por aproximadamente 35 ONGs, 3.000 agricultores ligados à 300 grupos de produção e 10 cooperativas de consumo. No que se refere às organizações de representação dos agricultores que compõem a Rede, a maior parte se encontra ligada aos sindicatos da Fetraf-Sul, outros ao MST e outros, ainda, consideram que a Rede Ecovida é seu próprio movimento. Os objetivos da Rede são: (I) desenvolver e multiplicar as iniciativas em agroecologia; (II) estimular o trabalho associativo na produção e no consumo de produtos agroecológicos; (III) articular e disponibilizar informações entre as organizações e pessoas; (IV) aproximar, de forma solidária, agricultores e consumidores; (V) estimular o intercâmbio, o resgate e a valorização do saber popular; (VI) ter uma marca e um selo que expressam o comprometimento (Rede Ecovida, 2007).

No que se refere à comercialização, dentre os princípios e objetivos de trabalho propostos pela Rede Ecovida, torna-se bastante evidente sua preocupação em indicar aos seus membros uma orientação pela busca de estratégias de mercado baseadas no comércio justo e solidário e, conseqüentemente, a priorização dos mercados locais. Esse enfoque de mercados, mais do que uma proposição política, representa a prática e o pensamento das organizações no momento de criação e estabelecimento da Rede Ecovida, que procurou agregar os objetivos e ideais de seus integrantes em um espaço político comum. O caderno de formação n.º 1 descreve de forma mais detalhada os princípios da Rede Ecovida neste aspecto, e nele se destacam-se os seguintes princípios em relação à comercialização:

- Fortalecimento das relações de economia popular solidária na Rede e a articulação junto à outros espaços e formas de mercado justo e solidário.
- Priorização da relação direta com os consumidores(as), o abastecimento local e regional, com perspectivas à segurança e soberania alimentar.
- Oposição a qualquer forma de exploração ou opressão seja econômica, política, social, de gênero ou geração (Rede Ecovida, 2007, p. 15).

Números levantados a partir das estimativas apresentadas pelos núcleos da Rede confirmam em grande medida essa perspectiva, sendo que o espaço das feiras ecológicas, o do mercado institucional e das lojas próprias (de membros da Rede) correspondem às principais iniciativas em termos de quantidade de espaços de venda, com uma movimentação de R\$ 1,7 milhões, R\$ 1 milhão e R\$ 275 mil ao mês em cada canal respectivamente para o ano de 2010. Em termos de volumes de venda, o varejo 'convencional', ou seja, a venda para redes de supermercados, lojas de produtos orgânicos, restaurantes e outros espaços estabelecidos, ainda ocupa um espaço importante, correspondente aos valores mensais do mercado institucional, porém abaixo das feiras. Os dados apresentados referem-se a um levantamento elaborado no ano de 2010 por Perez-Cassarino (2012), uma vez que não há um registro atualizado dos números da Rede em nenhum espaço ou feito por alguma organização. Em virtude das poucas condições de sistematização e organização dos dados que as organizações possuem, o levantamento está baseado em estimativas realizadas pelos responsáveis de cada núcleo. Dos previstos 25 núcleos regionais da Rede Ecovida, 17 retornaram o formulário preenchido, sendo 5 do PR, 5 de SC e 7 do RS, no período de um ano e com a realização de contatos permanentes com as coordenações de cada núcleo, correspondendo a cerca de 80% do público da organização.

O presente artigo foi elaborado a partir da tese "A construção social de mecanismos alternativos de mercados no âmbito da Rede Ecovida de Agroecologia" (Perez-Cassarino, 2012). O trabalho se desenvolveu em seis núcleos regionais da Rede Ecovida de Agroecologia (Litoral Norte-RS, Serra-RS e Alto Uruguai-RS, Sul Catarinense-SC, Planalto Norte-SC/PR, Agroflorestal-PR), analisando sete organizações de agricultores dentro destas (Grupo Rio Bonito, Apemsul, Apevs-Apema-Apesa, Ecoterra, Acevam, Afruta, Cooperafloresta), realizando entrevistas com gestores dos processos de comercialização, grupos focais com o(a)s agricultore(a)s ecologistas representantes dos grupos/associações e aplicando questionários individuais junto a todas as famílias de cada organização. A partir das entrevistas realizadas e questionários aplicados, foram sistematizadas as informações sobre o funcionamento dos mecanismos de mercados de cada organização, de forma a identificar os fluxos de circulação e destino dos alimentos ecológicos, bem como os mecanismos de gestão desenvolvidos por cada organização.

3. A construção social de mercados alternativos e a proposta dos 'Circuitos de Proximidade'

Uma das vertentes mais relevantes da agroecologia afirma que a principal finalidade da estratégia agroecológica encontra-se centrada na busca pela promoção da soberania e segurança alimentar e nutricional. Conforme apontado por Sevilla-Guzmán e Soler (2010), a soberania alimentar se realiza mediante a redefinição de sistemas agroalimentares com princípios agroecológicos. Ou seja, a práxis agroecológica se efetiva quando esta se encontra inserida em uma perspectiva ampla de contraposição e redefinição da atual forma de organização e funcionamento do sistema agroalimentar global. É nesse sentido que a construção social de mercados situa-se como elemento integrante da proposta agroecológica e estratégia central para o redesenho dos sistemas agroalimentares e sua busca pela sustentabilidade. Dessa forma, conforme assevera Gliessman (2000, p. 595):

Se a agricultura como um todo deve tornar-se verdadeiramente sustentável, todos os aspectos da produção, distribuição e consumo de alimentos precisam estar incluídos nesse quadro. Isto significa transformar os sistemas globais de produção, processamento e distribuição de alimentos, os quais se estendem a quase todos os aspectos da sociedade humana e do ambiente construído. Os sistemas alimentares são muito mais abrangentes do que a atividade agrícola, o que faz da

sustentabilidade algo mais do que unidades de produção agrícola (Buttel, 1993; Faeth, 1993). É a interação complexa entre todas as dimensões, ecológica, técnica, social e econômica, de nossos sistemas alimentares que determinará se estes podem ser sustentáveis a longo prazo.

Ao centrar sua estratégia de construção de mecanismos de mercados no resgate e reconstrução da autonomia da agricultura familiar e camponesa, bem como na adequação à sua racionalidade socioeconômica, as organizações da Rede Ecovida buscam extrapolar sua ação prática e proposta política para o âmbito mais amplo dos sistemas agroalimentares como um todo. Procura-se estender a influência de sua concepção de sustentabilidade e equidade social para espaços além da realidade rural, por meio da proposição e realização de mecanismos alternativos de mercado, que priorizam o fortalecimento das dimensões sociais, culturais e ambientais em relação à primazia da esfera econômica e mercantil, característica do perfil do atual sistema agroalimentar hegemônico. Assim um dos gestores dos processos de comercialização da Rede, vinculado ao Núcleo Planalto Norte enfatiza este aspecto, dizendo que a produção sustentável e baseada na agricultura familiar e camponesa deve também estar pautada por outras formas de comercialização e organização do sistema agroalimentar.

Hoje você consegue produzir ecológico bem mais que o convencional, por que o convencional você vai produzir um hectare de cenoura, claro, vai produzir uma infinidade, muito mais que o orgânico. Mas é um que produz, essa cenoura sai e até chegar no Ceasa, até voltar, não sei, ele perde mais de cinquenta por cento do produto, que estraga, que perde, que fica na lavoura. E os pequeno não, você começa a alimentar o próximo, o local, depois vai para os outros mercados, e vai indo. [...] O mercado local tem que ter como segurança, ele que dá a renda melhor, ali mais próximo, não tem tanta perda mais. No mercado fora você já depende de mais condições ali, de logística, nesse sentido. [...] Mas a agricultura ecológica claro, é uma alternativa pro pequeno agricultor, é uma alternativa, mas daí vai daquela questão, tem que ter quatro coisa para isso funcionar [*produção, organização, formação e comercialização*]. [...] Isso faz parte da proposta da agroecologia, um dos princípio é esse, tem que ser esse, porque a agroecologia por si só produzir orgânico, vai virar uma capitalista, né? Como tem vários produtores grande. Lá em Colombo tem gente que vende pra vinte, trinta mil por mês, como agricultor orgânico, isso é um capitalista! Eu concordo que o agricultor ganhe bem também, mas dentro dessa proposta. (Gestor 9. Núcleo Planalto Norte. Pesquisa de campo).

O retrato mais bem acabado desta proposta desenvolvida pelos grupos que integram a Rede Ecovida pode ser observado dentro feiras ecológicas, como espaço central e simbólico da construção social de mercados alternativos desta organização. O perfil de organização e funcionamento deste mecanismo de mercado possibilita o estabelecimento de relações diferenciadas daquelas predominantes nos mercados agroalimentares convencionais. Ou seja, o formato das feiras abre a perspectiva para uma abordagem do mercado como um espaço de construção de sociabilidades em torno do compromisso com a qualidade dos produtos, da

fidelidade na compra, mas, mais do que isso, no estabelecimento de vínculos sociais entre as pessoas, pelo convívio permanente nos espaços, pelas visitas de consumidores aos agricultores e pelo diálogo que o funcionamento das feiras possibilita, conforme pode-se observar nos depoimentos abaixo:

Hoje tem consumidores que vem na propriedade, toda a relação na feira [...] você conhece pessoas diferentes [...] senão você fica só na nossa realidade no nosso mundinho ali, tu abre o horizonte assim. Até pelas saídas que nós tivemos, tu tem várias oportunidades, não só o trabalho em si, mas tem toda uma questão de relação humana. [...] Nós lá em casa o que nós temo é em razão da feira, nós morava de favor na terra do tio, hoje tem terra! (Apevs/Apema/Apesa. Núcleo Serra. Pesquisa de campo).

Nesse sentido, os espaços de comercialização se constituem como ambiente em que relações econômicas, sociais e culturais se mesclam. São exaustivas as afirmações em torno das relações de amizade estabelecidas com os frequentadores das feiras, a presença constante do diálogo e, conseqüentemente, da negociação e compreensão mútua no que se refere a padrões de qualidade, ausência de produtos, preços praticados e, notadamente, na geração de credibilidade em torno da confiança – do lado dos consumidores – e compromisso – por parte dos agricultores – em relação à qualidade ecológica do produto, conforme pode ser observado nas falas dos agricultores da Afruta e Apemsul durante os grupos focais realizados:

E o consumidor assim, a gente cria um laço, as veis um laço mais forte que a própria família [...] geralmente no mercado o que ele conhece? O consumidor conhece o caixa, de vista, ele passa, cumprimenta, passa a compra e vai embora, as veis nem o nome não sabe, né? Na feira não, na feira tem freguês ali que tá há doze, treze ano com a gente, ele te conhece pelo nome, então cria um laço ali, uma confiança. [...] Eles conhece a propriedade, chega na propriedade do S., vê como ele trabalha já conta pro amigo dele (AFRUTA, Núcleo Planalto Norte. Pesquisa de campo).

[...] tem consumidor que acostuma tanto com o vendedor que quando o vendedor não vai aquela semana, vem ele já pergunta, porque o fulano não veio? Adeoceu? Como é que é? Porque que não veio? Eles ficam assim, tão preocupado....". "(...) lá tu não tem um amigo, la tu tem 400 amigos! Gente que chega novo, que pede uma coisa, ah, traz isso aqui pra mim! Traz aquilo ali pra mim! [...] Hoje eles já vão chegando perguntando como é que tá, vão fazendo uma brincadeira... (Apemsul. Núcleo Litoral Solidário. Pesquisa de campo).

Esse vínculo e essa reciprocidade, no entanto, não se observa somente no que tange às relações interpessoais estabelecidas, mas ao próprio compromisso expressado pelos agricultores com a qualidade de vida das famílias consumidoras. O ato de comercializar de forma diferenciada, abrindo espaços para o estabelecimento de relações sociais, acaba por implicar também a sensação, frequentemente expressada, de se colocar 'no lugar do outro', ou

seja, do consumidor, gerando maior compromisso em relação à qualidade do produto, mas principalmente em relação à popularização do acesso aos alimentos ecológicos. Abre-se um campo de expressão da solidariedade em torno da comercialização e consumo de alimentos ecológicos, que pode ser observada em alguns dos depoimentos tomados junto a outros núcleos da Rede Ecovida:

Eu sinto uma felicidade porque de ver as mães vindo comprar meia dúzia de batatinha mas parece que elas não se davam ao direito de comer o alimento saudável. Ela pegava para o nenê e o consumo da casa era muito mais que isso. E eu ficava, meio assim, mas feliz porque ela dava o meu produto para o que era mais sagrado na vida dela. A gente tenta trabalhar com o preço do convencional, do supermercado. A gente procura manter uma média boa, para dar o sentido de que você pode comer o alimento. São pessoas humildes que vem ali comer, os doutores, médicos, bancários vem também, mas também vem o idoso, o aposentado que tem condições de comprar. Isso porque mantemos um padrão de preços, eles já sabem disso (Agricultor 1. Núcleo Maurício Burmeister do Amaral. Pesquisa de campo coletiva).

Eu me sinto feliz, porque ofereço um produto de qualidade, sem agrotóxico. O que eu não concordo muito é que quem consome este produto é alguém com mais condição, uma elite. As vezes as pessoas de classe mais baixa não estão muito informados ainda. As vezes até gastam mais. O preço é um limitante, mas na feira o nosso produto é barato. Uma comida mais saborosa (Agricultor 2. Núcleo Agroflorestal. Pesquisa de campo coletiva).

Por outro lado, não somente nas feiras, apesar de serem o espaço central e referência nessas perspectiva, esse diálogo e vínculo se estabelece. Os pontos fixos, as lojas de produtos ecológicos geridas por organizações ou famílias vinculadas à Rede Ecovida, reproduzem essa relação no seu dia a dia. O conhecimento da origem do produto, o compromisso e militância com a causa da agroecologia e principalmente a identidade construída em torno da Rede Ecovida e da agroecologia fazem com que a ação econômica de seus gestores se amplie para outras dimensões, da defesa da qualidade do produto, da informação sobre o que representa a aquisição daquele alimento, enfim, sustenta-se numa perspectiva muito mais ampla do que aquela meramente comercial.

Tem um vínculo muito bom com os clientes, tanto é que essa aqui era cliente e virou funcionária! Uma outra também...fica um troço assim bem legal, ih! É uma coisa que chegam assim, brincam com a gente. Tem muita gente, cliente nosso que, não sei, é como se fosse da casa. [...] Tem um agricultor que faz suco pra nós e um dia não conseguiu por um rótulo, eu trouxe pra por aqui. Daí o cliente veio aqui e pediu o suco dele, bah! Não tinha aqui na prateleira. Daí eu disse: 'o suco eu tenho mas não

tá aqui, tá no depósito, eu tenho ele mas sem o rótulo, pode ser?' Diz ele assim: 'pra mim o rótulo são vocês!' Cê acha que isso acontece em mercado? Esse tipo de conversa? Não tem, então são coisas assim bem gratificante (Gestor 5. Núcleo Serra. Pesquisa de campo).

Nesse sentido, pode-se afirmar que a dinâmica estabelecida nestes mercados alternativos se aproxima de ideia dos 'mercados de reciprocidade' proposta por Sabourin (2009). Ou seja, mais do que relações de troca, motivadas pelo valor dado as coisas, subsidiária de uma perspectiva de posse e acúmulo, o que prevalece são relações de reciprocidade, em que, conforme afirma Temple (*apud* Sabourin, 2009), "o ato prevalece sobre a coisa". A relação social passa a ser a base sobre a qual se apoia a ação econômica, gerando vínculos que vão além do momento da troca, que se encerra em si mesma. A troca se faz presente, pelo intercâmbio de bens, no entanto esta se articula com elementos simbólicos e sociais, mediante a sociabilidade possibilitada pelo diálogo. Desenvolve-se uma dinâmica cíclica e espiral, no sentido de que as relações se perpetuam no tempo e ao mesmo tempo se fortalecem e ampliam.

Está presente, portanto, no âmago desses mecanismos de mercado, a ideia de uma reciprocidade indireta, na qual agricultores se veem beneficiando consumidores, pela oferta de um alimento saudável, por facilitar seu acesso e expor os significados que o produto carrega e, ao mesmo tempo, são beneficiados pela possibilidade do retorno econômico, pelo resgate da autonomia e da autoestima. Esse processo se encontra mediado por relações interpessoais, dialogadas, estabelecidas dentro de um marco de trocas sociais e culturais entre os atores envolvidos. A expressão das famílias no que se refere à sua relação com os consumidores manifesta um processo de aproximação, troca e intercâmbio social e material entre agricultores e consumidores que reconfiguram as relações de mercado, apontando indicativos de como, neste âmbito, pode-se pensar a reconstrução dos sistemas agroalimentares. Esta reconstrução está permeada por valores e princípios que superam, por exemplo, a visão estrita do circuito curto, focado em uma perspectiva delimitada às dimensões ambientais – não menos importantes – onde o centro da preocupação está na proximidade geográfica entre a produção e o consumo, ou seja, a redução de deslocamentos. Apesar da relevância deste debate, é preciso problematizar outras dimensões que permeiam as relações mercantis que, articuladas aos aspectos ambientais, sustentam uma perspectiva mais ampla de redesenho dos sistemas agroalimentares.

Evidentemente que, mesmo por estarem inseridos em uma sociedade centrada na troca capitalista, os espaços alternativos descritos acima se encontram permeados pelas duas lógicas, já definidas por Sabourin (2009), o princípio da troca mercantil mais "pura" e o da reciprocidade. Esse aspecto se torna mais evidente ao se analisar a estratégia geral de construção social de mercados dos grupos, visto que estes buscam a construção de espaços alternativos, mas não se negam a acessar os mecanismos de mercado já estabelecidos e regidos pelo princípio mais puro da troca mercantil (os mercados 'convencionais'). O que se deve destacar, porém, é que há um processo de busca permanente por formatos pautados por valores éticos e pelos princípios da reciprocidade e solidariedade. Essas características são amplamente valorizadas pelos grupos, que sentem, nessa dinâmica, que a maneira de funcionamento e organização desses mercados respondem de forma mais concreta à sua racionalidade socioeconômica e cultural e aos valores historicamente construídos por estes em suas comunidades. Os mercados alternativos, de uma maneira ou de outra, 'extrapolam' para o espaço da sociedade como todo estes seus valores e princípios.

Longe de ser um processo dado ou consensual dentro da Rede Ecovida, do que se fala aqui é de uma tendência dentro das realidades pesquisadas. Tendência esta que se coloca em

questão por alguns membros da própria Rede, ao refletir sobre os caminhos que muitas organizações têm tomado ao escoar grandes volumes de produtos, priorizando os mercados convencionais. De fato, a aproximação agricultor-consumidor promovida pelos mecanismos alternativos de mercado estruturados pelas organizações da Rede Ecovida favorece a mediação e transparência nos processos, bem como a circulação e troca de informações. Estabelecem-se, assim, procedimentos socialmente negociados, por exemplo, na definição de padrões e qualidade do produto. Em outro sentido, no âmbito das questões ambientais, deve-se destacar a centralidade dos mecanismos de mercado construídos para atender aos mercados locais e aos agrupamentos urbanos mais próximos das organizações em questão. Esta realidade é variável, havendo organizações que realizam feiras em seus próprios municípios, outras em que as oportunidades surgidas levam a percorrer maiores distâncias até centros urbanos maiores, como é o caso de Porto Alegre e Curitiba.

No entanto, mesmo no caso das organizações que se voltam a estes centros, há uma perspectiva de que outros mecanismos atendam aos mercados mais próximos, tais como os pontos fixos, entregas domiciliares, cooperativas de consumidores, articulação com o pequeno varejo e até mesmo o mercado institucional. Dessa forma, reduzem-se deslocamentos e os gastos energéticos para viabilizar a logística da comercialização. Pesa desfavoravelmente nesta balança o aspecto da dispersão da produção ecológica, pois em muitos casos poucas famílias de uma mesma comunidade aderem a proposta e os veículos necessitam realizar deslocamentos maiores entre famílias, de forma a possibilitar a participação de todas nos processos de comercialização.

Destaque deve ser feito à uma estratégia inovadora no âmbito da Rede Ecovida, o Circuito Sul de comercialização de alimentos ecológicos⁵, onde há a circulação de produtos entre regiões e Estados, gerando maiores deslocamentos dos produtos, conforme a Figura 1. No ano de 2014 o Circuito movimentou em torno de 3,5 mil toneladas de produtos entre as diversas organizações que o integram (Marfil, 2014). Uma análise mais aprofundada desse caso específico mereceria ser feita, o que não foi possível nesta pesquisa. No entanto, considera-se que alguns aspectos podem ser levantados em relação a esta situação, a partir das entrevistas realizadas e das observações em viagens feitas em algumas rotas, bem como a participação em reuniões do Circuito.

Apesar das distâncias percorridas dentro das rotas do Circuito Sul, seu foco está centrado no fortalecimento dos mecanismos de mercado estabelecidos localmente, de forma a possibilitar maior diversidade e regularidade de oferta de produtos. Por outro lado, essa circulação de produtos tem evitado a busca por escoar parte da produção acessando canais de mercado convencionais, os quais demandariam os mesmos ou maiores deslocamentos da produção. No entanto, a presença do Circuito, por outro lado, exemplifica a dificuldade estrutural em termos de abastecimento devido à dispersão da produção ecológica.

A realidade posta pelo Circuito traz à reflexão o debate em torno dos mercados locais e dos circuitos ou canais curtos de comercialização, em termos das várias dimensões necessárias ao cumprimento dos objetivos da soberania e segurança alimentar e nutricional. Inicialmente, cabe apresentar a observação feita por Soler (2009), de que o fortalecimento dos mercados locais não necessariamente significa o fortalecimento de processos sustentáveis de produção e consumo ou a garantia da soberania e segurança alimentar, uma vez que esses mercados locais podem ser e já estão sendo ocupados, por exemplo, pelas grandes redes supermercadistas. É comum na Europa e cada vez mais no Brasil, a abertura de lojas de

⁵ Esta iniciativa busca promover a circulação de produtos entre os núcleos da Rede, com o objetivo de atender às famílias agricultoras integrantes da Rede, bem como garantir diversificação dos canais de comercialização estruturados (Marfil, 2009).

pequeno porte, localizadas em bairros e centradas no atendimento às demandas locais, porém, mantendo a estrutura que caracteriza o sistema agroalimentar hegemônico.

Portanto, mais do que se falar em proximidade do consumidor, é necessário se falar na proximidade entre agricultores/produtores e consumidores. Nesta lógica, surge a perspectiva dos canais ou circuitos curtos de comercialização, pautada não somente pela perspectiva da comercialização local, mas que se preocupa também com as distâncias percorridas pelos produtos até chegarem aos consumidores. Propõe-se a partir da ideia de canais curtos, a máxima redução de deslocamentos entre produção e consumo, a fim de reduzir gastos energéticos e fortalecer a sustentabilidade dos processos, simbolizadas pelo 'comer localmente'.

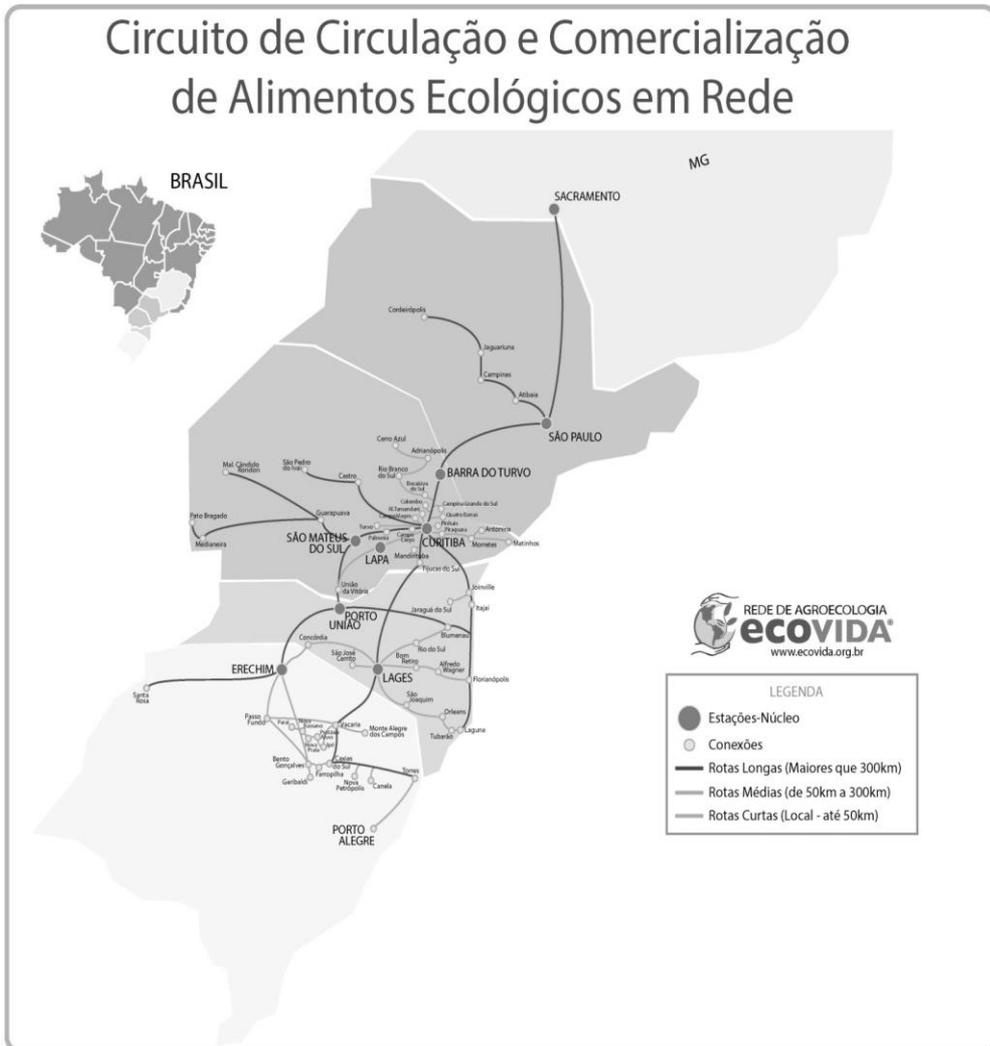


Figura 1. Rotas fixas e variáveis do Circuito Sul. Fonte: Marfil, 2015.

O que se busca problematizar aqui, no entanto, é uma ideia mais ampla de circuitos curtos, em que para além da proximidade geográfica, pesam no 'encurtamento' das relações entre produção e consumo, aspectos vinculados à democratização do acesso aos alimentos e da aproximação social e cultural entre os agentes envolvidos (Meirelles, 2004; Soler, Calle, 2010). Ou seja, é preciso pensar a proximidade em termos mais amplos que os da espacialidade geográfica. O conhecimento em torno das origens do produto, as relações estabelecidas entre agricultores e consumidores, as formas de organização social em torno da produção e circulação dos alimentos, as formas de apropriação e distribuição dos ganhos econômicos, a redução das intermediações, o resgate e valorização de hábitos alimentares locais e regionais são funções tão importantes quanto a distância percorrida pelos alimentos em seu processo de comercialização, notadamente quando se pensa em repensar as relações de comercialização em bases mais justas, cultural e socialmente apropriadas e ambientalmente sustentáveis.

É nesse sentido que se considera mais apropriado falar em 'Circuitos de Proximidade'. Em outros termos, a ideia da proximidade necessária ao redesenho dos sistemas agroalimentares não se restringe à dimensão espacial ou geográfica. Trata-se de construir espaços e relações de mercado que priorizem a proximidade espacial, mas que articulados a esta proximidade possibilitem a informação interpessoal, gerem e fortaleçam sociabilidades, bem como as relações de solidariedade e reciprocidade entre os atores envolvidos. Os Circuitos de Proximidade estão orientados pela busca fundamental da promoção da soberania e segurança alimentar e nutricional, para o qual considera-se que, atrelada a uma busca permanente pela aproximação geográfica entre produção e consumo, encontra-se a busca pela proximidade social entre seus integrantes e a adequação cultural e ambiental à sua realidade e história de vida. A construção de Circuitos de Proximidade visa à geração de processos autônomos e socialmente enraizados de produção, beneficiamento e circulação de alimentos, que se orientem pela construção coletiva de processos de emancipação social no âmbito dos sistemas agroalimentares, baseados na solidariedade, transparência, horizontalidade e confiança.

A articulação entre as diferentes dimensões presentes na concepção dos 'Circuitos de Proximidade' pode se dar com maior ou menor intensidade de acordo com a realidade social, cultural, econômica e ambiental de cada região. Ou seja, é possível se pensar em Circuitos de Proximidade nos quais a distância espacial não corresponda à dimensão do 'local', mas que se encontram estruturados a partir de um forte enraizamento social e cultural em torno dos atores envolvidos nos processos de produção, beneficiamento e consumo de alimentos. É nesta perspectiva que se compreende o papel cumprido pelo Circuito Sul de comercialização de alimentos ecológicos. Mesmo percorrendo distâncias regionais e estaduais, as relações que se dão no âmbito desse circuito se orientam e fortalecem a perspectiva construída a partir dos mecanismos alternativos de mercados na Rede Ecovida, justamente por estar estruturado com base no estabelecimento de relações em rede, entre atores que partilham dos mesmos princípios e que se propõem, nos termos de Ostrom (apud Sabourin, 2009), a seguir as mesmas regras, coletivamente acordadas.

Outro aspecto a ser considerado quando da preocupação com a promoção da soberania e segurança alimentar e nutricional refere-se à perspectiva do abastecimento. Nesse sentido são grandes as dificuldades enfrentadas pelas iniciativas em andamento. Uma comparação entre as formas convencionais de acesso a mercados, na perspectiva do nicho do mercado de orgânicos, com os mecanismos alternativos em questão, aponta para uma condição favorável destes últimos em relação à ampliação do acesso e, portanto, garantindo maiores e melhores condições de abastecimento. No entanto, ao se tratar da comercialização de alimentos como um todo, dentro do sistema agroalimentar hegemônico, a participação dessas iniciativas ainda é muito reduzida, significando, em muitos casos, um esforço e motivação particular das pessoas interessadas, para acessar o produto ecológico.

Considerações finais

A agroecologia tem surgido no cenário nacional e mundial nos últimos anos como importante alternativa para o redesenho dos sistemas agroalimentares, na perspectiva da sustentabilidade ambiental, equidade social e econômica e adequação cultural das atividades agroalimentares. A construção de alternativas de mercado constitui-se em importante ferramenta deste redesenho, sendo o elo fundamental de articulação entre produção e consumo. Neste sentido, a iniciativa que vem sendo desenvolvida pelos grupos que integram a Rede Ecovida de Agroecologia representa importante referência à reconstrução das relações de mercado, construindo espaços de troca onde a perspectiva da interação social, da conservação ambiental, da solidariedade e reciprocidade se sobrepõe à dimensão estritamente econômica dos processos.

Feiras ecológicas, pontos fixos de venda de produtos ecológicos, a aliança com o pequeno varejo, a participação nos mercados institucionais em uma perspectiva problematizadora agrega às relações de mercado elementos que a restrita relação comercial – no caso dos orgânicos, dada pela perspectiva do nicho de mercado e da diferenciação de preços – relega a um segundo plano, como as sociabilidades em construção, o intercâmbio cultural e a preocupação ambiental.

A partir das iniciativas analisadas, considera-se que o debate em torno da construção social dos mercados e, particularmente, a noção em construção de “mercados locais” e “circuitos curtos” pode ser ampliada para uma dimensão além da espacial, incorporando aspectos relativos as aproximações sociais e culturais à sua abordagem, em uma perspectiva do que se propõe denominar aqui como “circuitos de proximidade”, de forma a complexificar a análise crítica dos mercados agroalimentares em construção.

Referencias

- Altieri, M. (1989). *Agroecologia: as bases científicas da agricultura alternativa*. Rio de Janeiro: PTA/Fase.
- Filho, R. (2014). *O novo salto das 500 maiores*. Recuperado em 15 de outubro de 2014, de <http://www.abrasnet.com.br/economia-e-pesquisa/ranking-abras/as-500-maiores/>
- Gliessman, S. R. (2000). *Agroecologia: processos ecológicos em agricultura sustentável*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Green, R., Schaller, B. (1999). La dimensión logística de la racionalización productiva y comercial. Em R. Maluf, J. Wilkinson, *Reestruturação do sistema agroalimentar: questões metodológicas e de pesquisa*. Rio de Janeiro: MAUAD.
- Maluf, R. S. (2002). Produtos agroalimentares, agricultura multifuncional e desenvolvimento territorial no Brasil. Em R. Moreira, L. F. C. Costa (Orgs), *Mundo rural e cultura*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Marfil, J. A. da S. (2014). Circuito Sul de Comercialização da Rede Ecovida de Agroecologia. Apresentação oral. Em *VIII Encontro Ampliado da Rede Ecovida*. Marechal Candido Rondon.
- Marfil, J. A. da S. (2009). *Circuito Sul de Comercialização da Rede Ecovida de Agroecologia*. Apresentação oral. Curitiba.
- Meirelles, L. (2004). Soberania Alimentar, agroecologia e mercados locais. Em *Revista Agriculturas*, vol. 1, No. 0, p. 11-14, set. Rio de Janeiro: AS-PTA.
- Perez-Cassarino, J. (2012). *A construção de mecanismos alternativos de mercados no âmbito da Rede Ecovida de Agroecologia*. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento). Universidade Federal do Paraná: Curitiba.
- Ploeg, J. D. (2009). O modo de produção camponês revisitado. Em S. Schneider (Org), *A diversidade da agricultura familiar*. 2ª ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Rede Ecovida de Agroecologia. (2007). *Uma identidade que se constrói em Rede*. Caderno de Formação n.º 1. Curitiba: Rede Ecovida de Agroecologia.
- Sabourin, E. (2009). *Camponeses do Brasil: entre a troca mercantil e a reciprocidade*. Rio de Janeiro: Garamond.

- Schmitt, C., Tygel, D. (2009). Agroecología e economía solidária: trajetórias, confluências e desafios. Em P. Petersen (Org), *Agricultura Familiar Camponesa na Construção do Futuro*. Rio de Janeiro: AS-PTA.
- Sevilla-Guzmán, E. (2006). Agroecología y agricultura ecológica: hacia una “re” construcción de la soberanía alimentaria. En *Revista Agroecología*. Murcia, Facultad de Biología/Universidad de Murcia, vol.1, p. 7-18.
- Sevilla-Guzmán, E., Soler, M. (2010). Agroecología y soberanía alimentaria: alternativas a la globalización agroalimentaria. En *Patrimonio cultural en la nueva ruralidad andaluza*. PH Cuadernos. Sevilla: Consejería de Cultura/Junta de Andalucía. Vol. 26.
- Soler, M. (2009). *El contexto socioeconómico de la agricultura ecológica: la evolución de los sistemas agroalimentarios*. Master en Agroecología: un enfoque sustentable de la agricultura Ecológica. Universidad Internacional de Andalucía/Universidad de Córdoba. Texto Inédito.
- Soler, M., Calle, A. C. (2010). Rearticulando desde la alimentación: canales cortos de comercialización em Andalucía. En *Patrimonio cultural en la nueva ruralidad andaluza*. PH Cuadernos. Sevilla: Consejería de Cultura/Junta de Andalucía. Vol. 26.
- Triches, R. M. (2010). *Reconectando a produção ao consumo: a aquisição de gêneros alimentícios da agricultura familiar para o Programa de Alimentação Escolar*. Tese (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre.
- Wanderley, M. N. B. (2009). *O Mundo Rural como um Espaço de Vida: reflexões sobre a propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade*. Porto Alegre: Ed. UFRGS.
- Wilkinson, J. (2008). *Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.