# A COPERFORTE CHEGA EM QUALQUER ESTRADA: A IMPORTÂNCIA DE COOPERATIVAS DO MST NO ACESSO A MERCADOS AGROALIMENTARES EM ASSENTAMENTOS DA REFORMA AGRÁRIA

## *COPERFORTE ARRIVES ON ANY ROAD: THE IMPORTANCE OF MST COOPERATIVES IN ACCESSING AGRICULTURAL FOOD MARKETS IN AGRARIAN REFORM SETTLEMENTS*

**Autoras: Bruna Tauana Paines Pereira**
**Cassiane da Costa**
**Biane de Castro**
**Rosemeri da Silva Madrid**
**Filiação: Universidade Estatual do Rio Grande do Sul (UERGS)**
**Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS)**
**Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS)**
**Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)**
**E-mail:** **bruna-tauana@uergs.edu.br**
**cassiane-costa@uergs.edu.br**
**biane-castro@uergs.edu.br**
**rosemeri.madrid@gmail.com**

**Grupo de Trabalho (GT): 10 – Abastecimento, segurança alimentar e nutricional e dinâmicas de consumo**

**Resumo**

O objetivo desse estudo foientender a forma como são acessados os mercados agroalimentares no Assentamento Liberdade no Futuro, em Santana do Livramento/RS, bem como compreender o papel da Cooperativa Regional de Assentados da Reforma Agrária da Fronteira Oeste LTDA (COPERFORTE) nesse contexto. Optamos pelo Método Estudo de Caso. Entre as ferramentas de pesquisa, foram realizadas entrevistas com apoio de um questionário. Vinte e oito moradores(as) do assentamento foram entrevistados (as), sendo um(a) morador(a) de cada lote. Também foram entrevistados(as) três informantes qualificados(as). O principal produto comercializado pelas famílias é o leite. Já o principal mercado acessado é via comercialização pela Cooperativa COPERFORTE. O meio de comercialização se dá grande parte para a cooperativa, sendo 13 famílias das 28 entrevistadas. Outros mercados acessados são feiras; mercados institucionais, entrega direta nas casas de consumidores(as) e atravessadores. A cooperativa do movimento é uma importante ferramenta para aumentar a autonomia das famílias assentadas diante dos mercados agroalimentares.

**Palavras-chave**: Comercialização de alimentos. Organização coletiva. Autonomia. Diversificação produtiva. Mercados institucionais.

***Abstract***

The objective of this study was to understand how agri-food markets are accessed in the Liberdade no Futuro Settlement, in Santana do Livramento/RS, as well as to understand the role of the cooperative of settlers of the agrarian reform, Cooperativa Regional de Assentados da Reforma Agrária da Fronteira Oeste LTDA (COPERFORTE), in this context. We chose the Case Study Method. Among the research tools, interviews were conducted with the support of a questionnaire. Twenty-eight residents of the settlement were interviewed, one resident of each lot. Three qualified informants were also interviewed. The main product sold by families is milk.

The main market accessed is through marketing by the COPERFORTE Cooperative. The means of marketing are largely through the cooperative, with 13 of the 28 families interviewed. Other markets accessed are fairs, institutional markets, direct delivery to consumers, and middlemen. Cooperative of settlers of the agrarian reform is an important tool for increasing the autonomy of settled families in the face of agri-food markets.

***Key words:*** Food marketing. Collective organization. Autonomy. Productive diversification. Institutional markets.

## 1. Introdução

Os assentamentos da reforma agrária são resultados da luta organizada pela terra com o objetivo de fortalecer a agricultura familiar camponesa e produzir alimentos. Considerando-se que os mercados agroalimentares envolvem um contexto diverso e que as especificidades dos mercados acessados por quem vive em assentamentos da reforma agrária são pouco estudadas, voltamos o olhar para essa realidade.

Nosso interesse é atentar para os caminhos, por vezes tortuosos, que conectam os alimentos desde que atravessam a porteira do lote até a chegada à mesa dos(as) consumidores(as). Nesse sentido, o objetivo desse estudo é entender a forma como são acessados os mercados agroalimentares no Assentamento Liberdade no Futuro, em Santana do Livramento/RS, bem como compreender o papel da Cooperativa Regional de Assentados da Reforma Agrária da Fronteira Oeste LTDA (COPERFORTE) nesse contexto.

Esse assentamento está na Localidade Cerro dos Munhoz, Sant'Ana do Livramento, sendo o primeiro dos trinta assentamentos desse município. Trata-se de um grupo de muitas famílias que vive no campo e se dedica à agricultura e à pecuária como forma de sustento e consequentemente atua fortemente na geração de renda do município. No Assentamento Liberdade no Futuro 63 famílias de agricultores (as) familiares produzem alimentos individualmente ou de forma cooperada, em lotes de cerca de vinte hectares, fruto da reforma agrária.

A Cooperativa Coperforte iniciou as atividades em 2003 no Assentamento Liberdade no Futuro. Após um crescimento vertigioso, atualmente está presente em mais de vinte municípios da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul. Essa é uma importante ferramenta das famílias assentadas e do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) para, entre outros objetivos, favorecer o acesso a mercados agroalimentares. Nesse sentido, destaca-se o leite como principal produto recolhido e comercializado para outras cooperativas e empresas e alimentos variados destinados aos mercados institucionais, como Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e Programa de Aquisição de Alimentos (PAA).

Esse trabalho integra o projeto de pesquisa aprovado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERGS), sob a coordenação do Professor Dr. Sergio Schneider (UFRGS). Esse projeto tem o objetivo de mapear; classificar; descrever e analisar a dinâmica dos mercados agroalimentares e de serviços utilizados por comunidades remanescentes de quilombos e agricultores (as) familiares assentados (a) da reforma agraria, em áreas selecionadas do Rio Grande do Sul. Ele também resultou em monografia defendida em 2024 junto ao Curso Bacharel em Desenvolvimento Rural e Gestão Agroindustrial da UERGS.

Metodologicamente, optamos pelo Método Estudo de Caso, sendo o caso estudado o aceso aos mercados agroalimentares no Assentamento Liberdade no Futuro, em Sant'Ana do Livramento/RS. Entre as ferramentas de pesquisa, foram realizadas entrevistas com apoio de um questionário. Vinte e oito moradores (as) do assentamento foram entrevistados (as), sendo um (a) morador (a) de cada lote. O questionário utilizado foi composto de perguntas

relacionadas às características das famílias e dos lotes, dos produtos agropecuários e mercados acessados e dos canais para o principal produto de cada lote.

Além dos citados anteriormente, foram realizadas três entrevistas com três assentados da reforma agrária informantes chave (uma coordenadora da Cooperativa Regional de Assentados da Fronteira Oeste (COPERFORTE), um profissional que trabalha com mercados institucionais na COPERFORTE e um representante regional do MST. Também foi realizado um grupo focal sobre o tema com moradores (as) do assentamento. De forma complementar, ainda foram utilizadas fotografias da pesquisa. O trabalho de campo foi desenvolvido em dezembro de 2023 e 2024 com a participação de estudantes de Agronomia e Bacharelado em Desenvolvimento Rural e Gestão Agroindustrial e docentes da UERGS.

## 2. Mercados agroalimentares acessados em assentamentos da reforma agrária

O mercado possibilita interação para que aconteçam trocas entre produtores (as) e consumidores (as) (Schneider, 2016). Segundo Van der Ploeg e Schneider (2022), existem espaços criados no desenvolvimento do capitalismo que possibilitam e até precisam de autonomia. Ela pode ser construída nos mercados através de lutas sociais e de forma coletiva. Dessa forma, ela é construção social pois parte da agência dos (as) atores e atrizes sociais nesse contexto.

Van der Ploeg e Schneider (2022) mostraram que a autonomia é um conceito sólido que trata de maneiras de existir e resistir ao poder do capital no mundo contemporâneo. Ela possibilita as pessoas criarem caminhos e fugirem daqueles ditados pelo capital. Assim, os autores percebem o acesso aos mercados como forma de gerar ou aumentar a autonomia na agricultura familiar.

Entendemos que para alcançar o desenvolvimento rural, entre outros fatores, é necessária a existência de condições adequadas para produção e acesso aos mercados agroalimentares na agricultura familiar. Nessa realidade, entre grupos como agricultores (as) familiares assentados (as) da reforma agrária, os desafios são ainda maiores e precisam de forte investimento do Estado e de organização coletiva.

Do ponto de vista sociológico, os (as) agricultores (as) familiares se caracterizam por uma forma social específica de trabalho e produção que se situa em um espaço geográfico definido e que consiste na interação de um grupo familiar, ligado por laços de parentesco, com a terra e os outros meios de produção, do mesmo modo que com outras unidades familiares e grupos sociais (Schneider, 2016). Por meio da interação dessas famílias vivendo em cooperação e construindo uma rede de comercialização, usando seu trabalho físico e suas técnicas; a agricultura familiar foi se desenvolvendo com a constituição do núcleo familiar, onde essas interações acontecem entre si. Essa categoria social tem como foco trabalhar conforme as características de cada território, em proximidade com a natureza, e carregando o saber fazer repassado de geração em geração (Schneider, 2016).

A agricultura familiar tem uma importante participação nos mercados agroalimentares, sendo uma representativa parte dos alimentos consumidos pelos(as) brasileiros(as) oriundos dessa categoria social. Ela também produz *commodities* voltados à exportação, como soja. Muitas vezes, ela visa priorizar práticas tradicionais de cultivos, com baixo impacto ambiental, respeitando o meio ambiente, com práticas menos agressivas. Assim, por vezes, e quando as famílias têm responsabilidade, a categoria é uma aliada para produzir com sustentabilidade no espaço rural. A inserção nos mercados representa um nicho para a produção e comercialização da propriedade de origem familiar, e contribui para que grande parte dos (as) produtores (as) não seja excluída do processo produtivo (Maluf, 2004).

Segundo Schneider (2016), é possível classificar os mercados acessados pela agricultura familiar em quatro tipos: os mercados de proximidade social, territoriais, convencionais e públicos. Nos mercados de proximidade predominam relações de troca

interpessoais que podem se mobilizar via relações de parentesco, interconhecimento e reciprocidade, e valorizam aspectos valorativos e a qualidade dos bens trocados, mais do que o lucro em si. Mercados locais são aqueles em que as trocas passam a ser monetizadas e se configuram em uma situação de intercâmbio cada vez mais orientada pela oferta e demanda, assim como critérios e indicadores quantitativos. Mercado convencional se caracteriza pelos mercados de produtos, bens e mercadorias que se orienta pela oferta e demanda comandados por poderosos agentes privados, que realizam negócios e comercializam nos mais diversos níveis e modos, com o objetivo de vender para comprar e vice-versa. Já os mercados públicos são destinos de grande interesse para os produtos e mercadorias dos(as) agricultores(as), pois os preços pagos pela demanda dirigida tendem a ser mais elevados do que os mercados convencionais, e o mais importante é que quase sempre há garantia de receber o pagamento (Schneider, 2016).

É importante voltar o olhar para as especificidades do acesso aos mercados agropecuários para um grupo específico de agricultores(as) familiares, os(as) assentados da reforma agrária. Primordialmente, como sabemos, desde o processo de colonização no Brasil aconteceu uma distribuição desigual de terras. Consequentemente, se deu a concentração fundiária, a pobreza e a desigualdade no rural, muitos tinham grandes lotes e outros nada ou minifúndios. Infelizmente essa realidade se reproduziu ao longo do tempo no país, com pequenas experiências de redistribuição da terra em relação à área total (Prado Júnior, 1979).

Frente a essa desigualdade territorial, muitos movimentos sociais sugiram no Brasil, como forma de luta, por aqueles (as) que foram explorados (as). Esses movimentos visam formar uma sociedade mais democrática, com a inserção dessas famílias na sociedade de direitos, garantindo moradia e segurança alimentar. No meio rural, com a cooperação de muitas pessoas e organizações, formou-se em 1984 o MST. Trata-se de um movimento social e autônomo que procura articular e organizar trabalhadores (as) rurais e a sociedade para conquistar a reforma agrária e o projeto popular para o Brasil (MST, 2024).

As especificidades de assentamentos de reforma agrária são pouco consideradas nos estudos sobre mercados agroalimentares. Geralmente, nessa realidade fatores como condições de estradas e distância da cidade costumam dificultar o acesso a esses mercados. Encontramos poucas pesquisas que mostram essa realidade.

A tese de doutorado de Souza (2024), intitulada “A construção da autonomia através das relações com os mercados: um estudo sobre as estratégias de comercialização no Assentamento Ander Rodolfo Henrique na região Oeste do Paraná” é importante nesse contexto. Esse estudo foi feito com base na pesquisa do professor Sergio Schneider, que orientou esse trabalho, tendo como objetivo entender a relação dos (as) assentados (as) da reforma agrária com o mercado agroalimentar.

Analisando quais os produtos que geram mais receita na unidade de produção familiar, a monocultura de soja é o carro chefe desse assentamento, sendo 52% de toda a unidade agrícola, vindo depois o leite (17%) e a pecuária de corte (16%) (Souza, 2024). Podemos ver que se difere do Assentamento Liberdade no Futuro, ao qual tem o carro chefe o alimento leite, e produção divrsificadas, o que podemos ver nos resultados desse trabalho.

A grande maioria dos canais de comercialização se dá para mercados convencionais (97%) pois para os agricultores dessa região essa prática é dada como padrão, os mercados de proximidade têm apenas (1%) e mercados institucionais (2%) (Souza, 2024). Vemos que esse assentamento se difere do Assentamento Liberdade no Futuro, pois a maioria das famílias comercializam seus excedentes para mercados institucionais. Os(as) assentados(as) de Santana do Livramento são incentivadas(as) a adentrar no mercado institucional por meio da cooperativa Coperforte.

## 3. Apanhado geral sobre produção e comercialização no Assentamento Liberdade no Futuro

O Assentamento Liberdade no Futuro está consolidado após a resistência das famílias por 33 anos. Trata-se de um assentamento federal localizado há cerca de 25 km do centro do município de Santana do Livramento/RS. Muitas famílias já têm a documentação de posse da terra, apenas cinco pessoas das entrevistadas não tem seu lote titulado.

No início do assentamento, as famílias passaram por muitas dificuldades. Moravam juntas em antigas estruturas da antiga fazenda e trabalhavam coletivamente em grupos. A produção, principalmente de hortaliças, era comercializada na cidade, em feiras com o caminhão que o coletivo conquistou. Dessa caminhada nasceu a ideia de criar a COPERFORTE.

Após essa fase inicial, as famílias decidiram trabalhar individualmente nos seus lotes. A bovinocultura de leite despontou como principal atividade. O leite é recolhido nos lotes por caminhões da cooperativa Coperforte apesar do péssimo estado de conservação das estradas. Algumas mulheres continuaram fazendo feiras na cidade. A produção é diversificada no assentamento, especialmente no que se refere à produção de alimentos voltadas ao autoconsumo. Para a comercialização, pode-se citar leite, soja, bovinos de corte, mel e frutas, como uva e pera. Cabe lembrar a venda de hortaliças, panificados e doces em feiras ou entregas em casas de consumidores (as).

Atualmente estão legalizadas duas agroindústrias no local, uma coletiva voltada à produção de queijo colonial, queijo temperado e iogurte e outra familiar voltada à produção de suco de uva e vinho. Ainda conta com uma terceira agroindústria de suco de uva e vinho que está em fase de formalização.

A produção de soja vem crescendo no assentamento, sendo que entrevistados (as) mencionam que cerca da metade dos lotes tem soja, seja cultivado pela família ou em parceria/arrendamento. Essa produção de soja aparece pouco nos resultados da aplicação dos questionários, pois as famílias entrevistadas que têm essa produção no lote costumam disponibilizar a área para parceiros ou arrendatários que, em troca, se responsabilizam pela produção e comercialização da soja e pagam um valor em dinheiro. Assim, as famílias não vêem a soja como sua produção.

Quanto aos mercados agroalimentares, o leite é vendido para a cooperativa dos(as) assentados(as), COPERFORTE. Rosi, a integrante da equipe de coordenação da cooperativa que tem o leite como principal produto destaca a dificuldade de recolher o produto nos lotes devido à precária condição que costumam estar as estradas não pavimentadas. Isso acarreta altos gastos com conserto de caminhões que fazem as rotas e significativa perda de produto. Atualmente o preço pago a quem produz está bom, conforme ela está R$ 2,30 para cada família.

A soja é comercializada para a Cooperativa Cotribá ou para atravessadores. O crescimento da produção de soja no assentamento nos últimos anos que vem carregada de um pacote de agrotóxicos e preocupa alguns(as) assentados(as), liderança do MST e representantes da COPERFORTE. Conforme a liderança do MST, Vicente, o movimento defende a reforma agrária popular para o país e a produção de alimentos saudáveis, com cuidado à natureza e às pessoas. O responsável pelos mercados institucionais na COPERFORTE, Everton, menciona a dificuldade de avançar na certificação participativa de alimentos orgânicos no assentamento e em outros devido à proximidade das lavouras de soja que cercam muitas famílias interessadas em certificar a produção. Existe deriva de agrotóxicos e impacto à produtividade e até morte de plantas a partir de produtos usados na soja, como o 2-4-D.

Durantes a pesquisa à campo, um assentado citou que após se aposentar, passou a criar gado e deixou o cultivo na lavoura. Para ele, a criação de gado é menos desgastante que a lavoura. O gado de corte é vendido para atravessadores ou para consumo de vizinhos (as). Dois assentados mencionam dificuldades para comercializar bovinos devido à pequena escala e preço não atrativo. Um deles relata, ainda, a insegurança da venda para de atravessadores, já que comercializou uma carga de bois a prazo e não recebeu.

Imagem 01- Pesquisa de campo na sede do assentamento



Fonte: Arquivo pessoal das autoras, 2024.

Frutas e verduras são vendidas para a COPERFORTE e diretamente para consumidores (as) através de feiras e entregas em casa. Para feiras e entregas algumas famílias costumam se organizar de forma coletiva, divulgando e entregando produtos seus e das demais (geralmente frutas, verduras, doces e panificados). No caso das entregas direto ao consumidor semanalmente são divulgadas listas de produtos e preços em grupos de *WhattsApp* onde são feitas as encomendas.

Cabe mencionar que uma família costuma vender pêras na denominada Rua dos Andradas, a mais movimentada da cidade. Com uma caminhonete carregada de caixas de frutas, cartaz e balança, chamam a atenção de quem passa. Um dos assentados conta que houve estímulo à produção de frutas em uma época para a comercialização em um *Packing House*, uma central que receberia e beneficiaria frutas para a comercialização, mas não deu certo. Isso fez com que algumas famílias do assentamento produzissem quantidades representativas de peras, por exemplo, e encontrassem dificuldades para comercializar a produção. Um dos assentados relata que cortou um pomar grande de pereiras já em produção em seu lote porque não conseguia mercado para o produto. As famílias continuam reinventando-se e diversificando os seus produtos. Quando não dava certo, escolhiam outro meio de produção, o que ajudou eles (as) a se reerguerem.

A agroindústria coletiva Sabores do Campo vende seus produtos lácteos para o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), em feiras, grupo de *WhattsApp* com entrega nas casas e em um supermercado. A assentada Carmen, que integra a agroindústria, destaca que é muito difícil a comercialização do queijo legalizado, em contraponto com o queijo não legalizado devido ao preço de venda. O custo aumenta consideravelmente com a legalização. Por vezes, o valor da venda em feiras não cobre sequer o deslocamento. A venda em supermercado também é pequena, cinco a seis quilos por semana, conforme ela. Outra observação importante é que na prateleira do supermercado o queijo está com o dobro do valor vendido pela agroindústria, o que dificulta o acesso de trabalhadores (as) ao produto. Já a agroindústria familiar Conquista de Santana vende seus sucos e vinhos no PNAE e em feiras.

De acordo com os(as) moradores(as), 20 famílias do assentamento estão inseridas no PNAE, sendo que, antes de serem inseridas, foram feitas reuniões com as famílias para melhor informá-las. Assim como o leite vai todo para a cooperativa COPERFORTE, há representativa produção de frutas como a bergamota e a laranja e produtos de horta. Os (as) assentados (as) fazem um bom negócio com a cooperativa, pois não tem a dificuldade de transportar o alimento à cidade.

No processo de comercialização, um problema que o assentamento apresenta é a péssima condição das estradas que levam à cidade. Como o assentamento fica longe da cidade, assentados (as) têm altos custos com combustível e manutenção de veículos. Durante a pesquisa de campo, presenciamos estradas quase intrafegáveis e chegamos a empurrar veículos atolados.

O líder do MST na região que foi entrevistado, Vicente, está em espaços representativos no movimento há 20 anos. Frisa que o movimento tem um olhar crítico ao agronegócio, em relação à produção de monocultivos, exportação de *commodities*, uso agressivo e exploração da natureza, usando veneno para a produção de seu cultivo. Conforme ele, esse modo de produção não contribui para as famílias, não gera qualidade de vida e soberania alimentar.

Conforme Vicente, o MST defende a reforma agrária popular, tendo redistribuição de terras, e um novo modo de produção, se diferenciando da produção comercial de monocultivos. Ele ressalta que as pessoas têm que trabalhar de forma coletiva na prática de cooperação. Vicente entende que o assentamento está indo muito para o agronegócio, pelo arrendamento de terras e produção de soja. Entretanto, ainda têm muitas famílias que estão inseridas na linha da cooperação, exemplo disso é a denominada Agroindústria Sabores do Campo.

### 3.1 A importância da COPERFORTE para a comercialização

A partir da relevância do papel da COPERFORTE para o acesso de assentados(as) de Liberdade no Futuro e de outros assentamentos do município a mercados agroalimentares, fizemos um item específico para abordar as informações coletadas em duas entrevistas realizadas com um profissional que trabalha com mercados institucionais na cooperativa, Everton, e uma das coordenadoras da cooperativa, Rosi. As entrevistas trouxeram uma grande contribuição de informações para melhor sabermos como é dada a comercialização dos alimentos no assentamento Liberdade no Futuro. Fica claro que não somente nesse caso, mas de forma geral as cooperativas do MST têm um papel determinante para a comercialização de produtos de assentados(as), contribuindo com questões burocráticas, profissionais para apoio, contato com agentes públicos e transporte desses produtos.

Imagem 02 - Caminhões utilizados para o transporte do leite na sede da COPERFORTE



Fonte: Arquivo pessoal das autoras, 2024.

Primeiramente, foi entrevistado o senhor Everton que é assentado e responsável há muitos anos pela comercialização para mercados institucionais na cooperativa, PNAE e PAA. Ele frisou que a cooperativa é importante nesse processo de comercialização, onde um coletivo pode fazer bem mais do que individualmente, também para incentivar assentados(as) a se inserirem nos mercdos institucionais, repassando informações.

Em 2008 começou a comercialização de alimentos para mercados institucionais através da cooperativa. Algumas famílias do Assentamento Liberdade no Futuro participaram desde essa primeira venda. Everton trabalha nesse tema desde essa época. Sobre a importância desse tipo de mercado, ele comenta que os mercados institucionais incentivam a diversificação da produção nos lotes, diminuindo a dependencia das famílias de produtos únicos como leite.

Atualmente a cooperativa tem caminhões baú para os mercados institucionais e os coloca para buscar os produtos nos assentamentos, organiza e faz a entrega nas escolas e demais locais. Há poucos meses, mais um trabalhador passou a integrar o setor na cooperativa. Everton conta que chega a dormir dentro da cooperativa na noite anterior às entregas nas escolas. Por vezes, entrega pequenas quantidades em cada local. À título de exemplo, ele mostrou uma nota fiscal de uma escola onde foram entregues 6 alfaces, 10 kg de batata doce e 8 unidades de couve em uma semana.

Outra dificuldade relatada pelo entrevistado se refere à participação no PNAE através da Prefeitura Municipal. Conforme ele, atualmente a cooperativa não conseguiu vender para a prefeitura vários itens, somente conseguindo comercializar leite, mel e pera. Ele também menciona que em venda anterior, tiveram problemas em relação ao preço pago pelo leite que estava muito baixo em relação aos custos de produção. Dessa forma, a COPERFORTE pediu revisão do preço no contrato, o que teria gerado problemas com a prefeitura.

Conforme o entrevistado, os produtos vendidos no programa PAA são 18, sendo eles laranja, bergamota, melancia, abóbora, pepino, mel, leite em pó, batata doce, entre outros. Já para o Programa PNAE, se dá de acordo com o que as escolas necessitam. Ele ressalta que famílias do Assentamento Liberdade no Futuro participam ativamente da comercialização de produtos para os mercados institucionais através da cooperativa.

Conta ainda que a comercialização da cooperativa através do PAA no RS se dá em uma

entidade nas cidades de Santa Maria, uma em Pelotas e 10 entidades na capital Porto Alegre. Já para o PNAE, a comercialização acontece somente no município, sendo os produtos arroz, feijão, suco, mel, etc. Ele também conta que a cooperativa tem dois programas do Governo Federal em andamento, sendo eles: o PAA com Doação Simultânea com a CONAB (Companhia Nacional de Abastecimento), tendo como doação R$1.300,00 e a Cozinha Solidária que também é com a CONAB, tendo como doação R$1.000,00, sendo beneficiadas cinco cozinhas ao todo, quatro no município de Sant'Ana do Livramento e uma em Pelotas. Vemos que o incentivo financeiro através do acesso a mercados institucionais pela COPERFORTE é de grande valia para assentados(as).

Na sequência, realizamos entrevista com integrante da Coordenação da COPERFORTE senhora Rosi. Ela trouxe uma fala sobre a importância da cooperativa para a comercialização de produtos das famílias e os desafios da comercialização do leite.

Conforme a entrevistada, a COPERFORTE atua em mais de 20 municípios no Estado. A cooperativa faz a parte legal e questões burocráticas no processo de comercialização, sendo fundamental para as famílias assentadas acessarem os mercados. Ela também busca por melhorias para levar informação e assistência técnica às famílias. Rosi ressalta que um dos desafios encontrados em relação ao acesso aos mercados é a questão nos preços da CONAB, estando bem mais baixos que os preços de mercado. A luta é que os preços sejam modificados e todos (as) recebam o valor justo.

O leite é o carro chefe na cooperativa, sendo que a cooperativa comercializa por mês cerca de 1.600.000 litros de leite. A cooperativa busca que o leite não se torne uma monocultura, mas que as famílias tenham outros produtos para comercializar.

O preço do leite estava na época da entrevista (final de 2024) em média de R$ 2,30 para a família, dependendo da quantidade de leite e da qualidade do produto. Outro desafio para a COPERFORTE se refere à péssima situação das estradas. O leite é um produto altamente perecível, estando dentro dos padrões sanitários exigidos. Muitas vezes após dias de chuva, o produto é perdido, pois não se tem como fazer a coleta (Entrevistada Rosi).

### 3.2 Informações coletadas através da aplicação de questionários nos lotes

Vinte e oito pessoas que vivem no Assentamento Liberdade no Futuro responderam ao questionário, sendo uma de cada lote. Ao todo, são 64 lotes no assentamento onde, atualmente, vivem 63 famílias. A recepção nos lotes e na sede do assentamento foi atenciosa e possibilitou momentos de troca entre pesquisadores(as) e assentados da reforma agrária, como podemos ver na imagem abaixo. Quem não gostaria de fazer pesquisa assim?

Imagem 03 – Acolhida calorosa por família assentada durante a pesquisa



Fonte: Arquivo pessoal das autoras, 2024.

Nos lotes, todos (as) têm acesso à água por poço artesiano e acesso à internet. Com relação à infraestrutura de máquinas/equipamentos, somando-se quinze propriedades que a utilizam, treze propriedades utilizam tração animal e sete disseram que não possui nenhuma estrutura de produção.

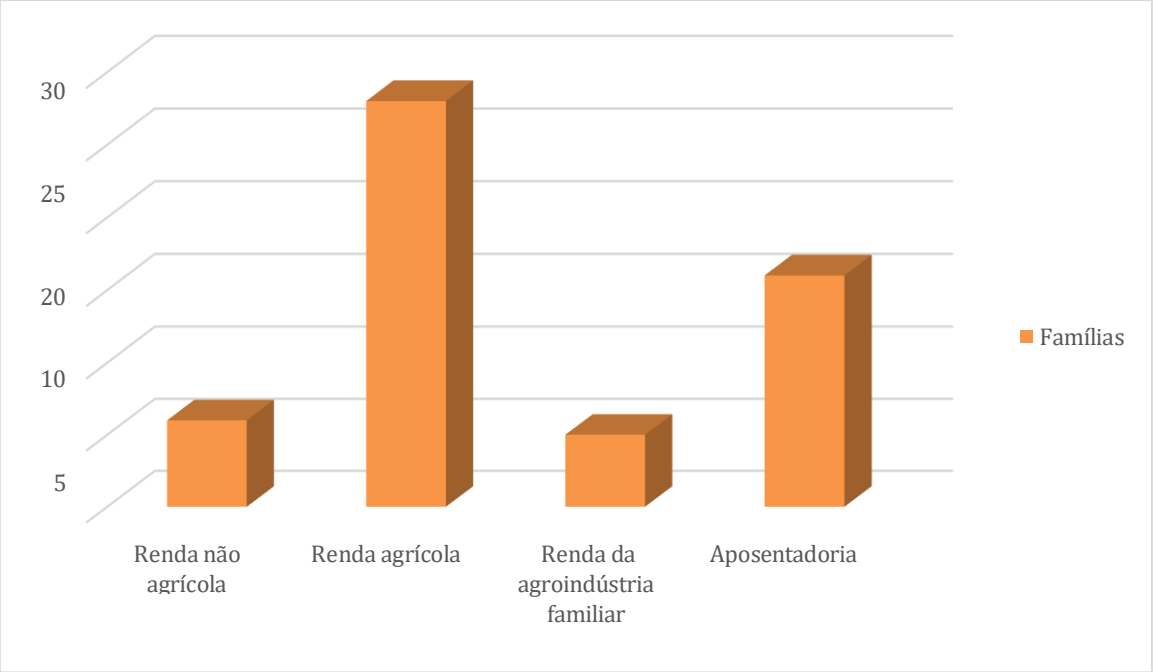
Quando foi perguntado se as famílias recebiam assistência técnica em sua propriedade, vinte pessoas responderam que não ou que fazia muito tempo a última visita. Oito pessoas disseram que sim, sendo alguns agentes assistenciais a EMATER, o SEBRAE, a UERGS (filho do casal, estudante na Uergs) e eventualmente um veterinário particular. Identificamos então a necessidade de investimento público nos serviços de Assessoria Técnica, Social e

Ambiental à Reforma Agrária (ATES).

Atualmente a pluriatividade (combinação de atividades agrícolas e não agrícolas) é bastante presente no assentamento. Também é representativo o número de famílias com aposentados (as).

Isso reflete na renda das famílias. O gráfico abaixo mostra que seis famílias têm renda de trabalho não agrícola, toda tem renda oriunda de atividades agropecuárias, cinco famílias têm renda oriunda de agroindústrias e 16 famílias contam com recebimento de aposentadorias.

Gráfico 01 – Renda das famílias




Fonte: Elaborado pelas autoras, 2024.

A constituição das famílias se dá na maioria dos casos na presença de um casal e filhos, ou também, um casal onde seus filhos já saíram da propriedade. As famílias entrevistadas somam 64 indivíduos. Quanto à faixa etária do núcleo familiar, um baixo percentual (3,5%) está na faixa de 0 a 14 anos; 16,24% de 15 a 29 anos; 21,31% entre 30 a 59 anos e 27,40% com idade de 60 ou mais anos. Assim, observa-se um processo de êxodo de jovens do assentamento, baixo número de crianças e o consequente envelhecimento da população.

O Assentamento Liberdade no Futuro tem uma história de superação, onde muitas pessoas vieram de outras regiões, de outra origem e forma de plantar diferente. Elas se viram em uma situação em que foi necessário reinventar-se.

A produção no assentamento é diversa. O leite é produzido por doze famílias; a comercialização de frutas foi mencionada por uma família, a criação de gado foi mencionada por seis famílias; derivados de uva por duas famílias; os que produzem e comercializam produtos da horta são quatro famílias e a comercialização de queijo é mencionada por uma família.

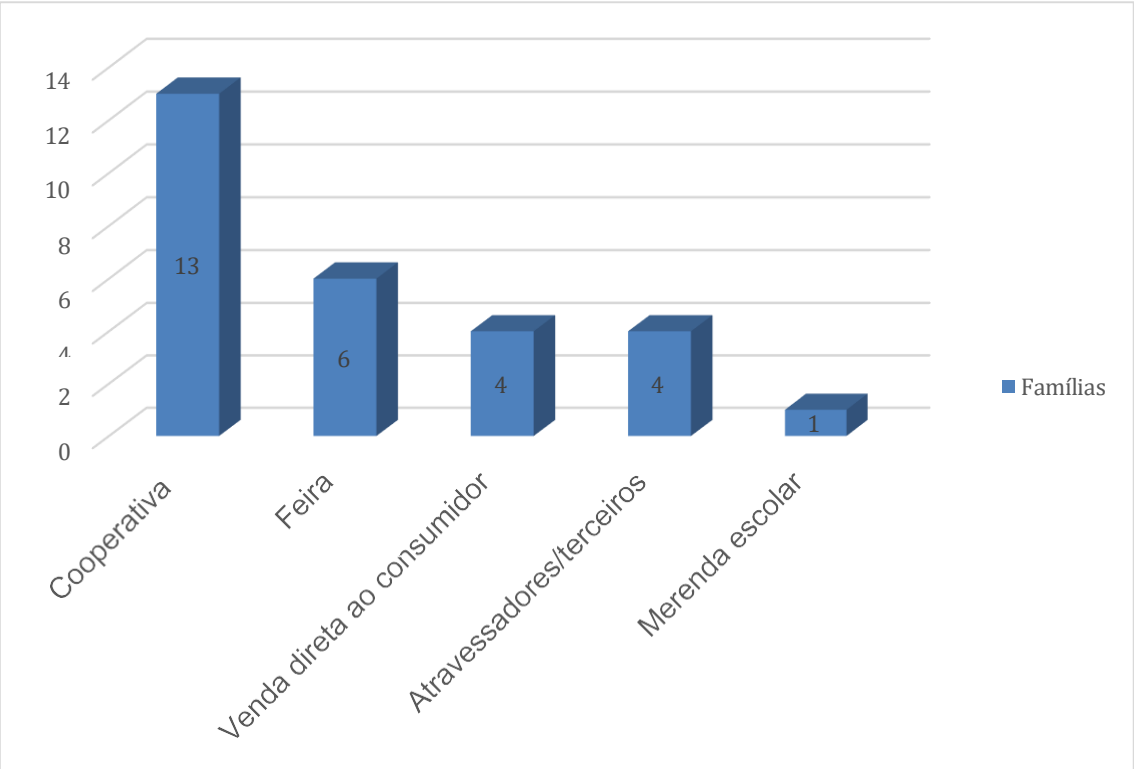
Sobre a produção e rendas obtidas pelas famílias, de tudo que é produzido no lote, a maior parte para dezesseis famílias é para comercialização. Já para doze famílias, a maior parte é para autoconsumo. O carro chefe nos lotes é a produção de leite. A diversidade de produtos em cada lote também é uma característica do assentamento.

Os(as) assentados(as) costumam ter vários canais de vendas isso evita a dependência e, com outras palavras, aumenta a autonomia das famílias. Entre os canais de comercialização foram citados venda direta ao(à) consumidor(a); venda em feiras, em fruteiras e restaurantes,

comercialização para cooperativas da agricultura familiar e cooperativas agroindustriais; vendas para a alimentação escolar; vendas para atravessadores, entre outros.

No gráfico abaixo identificamos que o principal canal de comercialização para as famílias é a cooperativa Coperforte. Dessa forma, fica clara a importância dessa cooperativa do MST para a comercialização de produtos dessas famílias.

Gráfico 02 – Canal de venda majoritário




Fonte: Elaborado pelas autoras, 2024.

A definição do preço que será dado ao produto é feita de várias formas, de acordo com cada lote. A definição de preço determinado pelo (a) comprador(a) se dá por treze famílias (13,48%), por licitações e contratos são quatro famílias (4,15%), como forma de determinar o preço, os(as) assentados(as) comparam o preço de outros canais de referência, somando três famílias, o preço que resulta de uma negociação com o(a) comprador(a) são para três famílias (3,11%) e quem vende e dá seu próprio preço são quatro famílias (4,15%).

Dezesseis famílias possuem infraestrutura ou equipamentos em sua propriedade para armazenagem e conservação dos produtos. Seis famílias informaram que não possuem nenhuma infraestrutura ou equipamentos.

A definição das condições de entrega de produtos vendidos nesse canal (prazo, regularidade, quantidade) é designado por meio de acordos entre os(as) envolvidos(as). São 11 famílias onde o(a) próprio(a) produtor(a) define as condições de entrega. Quatro famílias optam por ter condições variáveis e flexíveis, ajustando-se caso a caso. Em 11 famílias é o(a) comprador(a) que faz essa definição. Já em três famílias há negociações.

O transporte da produção comercializada até o ponto de venda não é somente realizado pelo (a) próprio (a) produtor (a), mas também por outros agentes. Fica claro em todos os questionários o descontentamento das pessoas com a qualidade das estradas, avaliadas como péssimas.

A forma de comunicação com os(as) consumidores(as) se dá por meio de contato pessoal, telefonemas, conversas no *WhattsApp* e por meio de outras pessoas, por exemplo, por meio dos atravessadores. A maioria se comunica pelo contato pessoal, totalizando 16 famílias. Essas disseram usar da aproximação para escoar sua produção. Oito famílias falaram que usam o telefone para se comunicar. Uma família falou que se comunica com os atravessadores. Já quatro famílias comunicam-se por *WhattsApp*.

Ainda existe a prática de pedidos de descontos em alguns casos. Na hora da venda dos produtos, seis pessoas falaram que recebem esse tipo de proposta. O pagamento dos produtos se dá por venda à vista e a prazo, 11 entrevistados(as) disseram que recebem o pagamento à vista e 12 que recebem posteriormente.

Ao finalizar, tem-se que os resultados mencionando que a resiliência é algo que essas famílias assentadas vivenciam intensamente. Além das lutas diárias com o processo de produção e comercialização, elas têm também problemas com intempéries climáticas e adversidades econômicas. Com a diversidade de produtos, tanto animal como vegetal, elas buscam alternativas de produtos e canais de comercialização. Essa diversidade na produção possibilita comida farta na mesa da família e de consumidores (as). Também permite maior autonomia no acesso aos mercados do que casos em que se foca em apenas um produto.

## 4. Considerações Finais

Nesse artigo ficam claras as dificuldades enfrentadas pelas famílias assentadas da reforma agrária para o acesso aos mercados agroalimentares, destacamdo-se as estradas em péssimas condições. Esse problema dificulta, onera e até impossibilita o transporte de produtos para a comercialização, gerando grande prejuízo. A luta dessas famílias também acontece para acessar mercados institucionais.

O principal produto comercializado pelas famílias é o leite. Já o principal mercado acessado é via comercialização pela Cooperativa COPERFORTE. O meio de comercialização se dá grande parte para a cooperativa, sendo 13 famílias das 28 entrevistadas. Outros mercados acessados são feiras, mercados institucionais, entrega direta nas casas de consumidores (as) e atravessadores(as).

No Assentamento Liberdade no Futuro há décadas nasceu a cooperativa que é fundamental para a comercialização de seus produtos. Ela busca os produtos nos lotes, leva informações, faz processos burocráticos e garante escala. Assim, a cooperativa do movimento é uma importante ferramenta para aumentar a autonomia das famílias assentadas diante dos mercados agroalimentares. Assim que chegaram no município, os(as) assentados(as) souberam que deveriam ser unidos(as) para resistir e se desenvolver. Estavam certos (as), pois a organização coletiva é essencial para vários objetivos, entre eles, comercializar os alimentos produzidos.

A cooperativa do MST tem papel de centralidade no acesso aos mercados agroalimentares nesse assentamento. O compromisso de chegar em todos os lotes para fazer os transporte do leite, mesmo enfrentando péssimas estradas, faz parte da responsabilidade social da cooperativa. Também fica clara a preocupação com o incentivo à produção de alimentos e à diversificação da produção com destino ao autoconsumo e aos mercados institucionais. No âmbito dos mercados insitucionais, embora enfrente alguns desafios, a cooperativa garante há décadas informação para as famílias, incentivo à participação nos programas governamentais, realização da parte burocrática e transporte.

Dessa forma, fica evidente a importância da atuação da COPERFORTE no acesso aos mercados agroalimentares nesse assentamento. É necessário realizar mais pesquisas sobre o papel das cooperativas do MST para a comercialização de alimentos produzidos em assentamentos da reforma agrária no Brasil, bem como o investimento em políticas públicas para fortalecer essas cooperativas de forma a potencializar a autonomia de famílias assentadas da reforma agrária no acesso aos mercados.

O nome do assentamento é extremamente poético. Liberdade no Futuro remete à soberania desse assentamento, após as lutas que travaram até o momento. Resistência e autonomia retratam esses(as) assentados(as) da reforma agrária. Eles(as) mostram que é possível sonhar e materializar esses sonhos, através do suor e o trabalho duro de cada um (a), e da organização coletiva, visando o bem comum e a qualidade de vida. Por fim, esperamos que a autonomia e a liberdade no futuro sejam potencializadas no acesso aos mercados agroalimentares por parte de familias assentadas da reforma agrária.

## REFERÊNCIAS

MALUF, Renato Sergio. **Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil:** agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais**.** Ensaios FEE, v. 25, n. 1, 2004.

MOVIMENTO DOS SEM-TERRA. **História do MST**. Disponível em: http:/www.mst.org.br. Acesso em: 16 nov. 2024.

PRADO JÚNIOR, C. **A questão agrária**. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1979.

SCHNEIDER, S**.** Mercados e Agricultura Familiar. In: MARQUES, F. C. (Org.) CONTERATO, M. A. (Org.); SCHNEIDER, S. (Org.). **Construção de mercados e agricultura familiar**: desafios para o desenvolvimento rural. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

SOUZA, Andre Luiz de. **A construção da autonomia através das relações com os mercados:** um estudo sobre as estratégias de comercialização no assentamento Ander Rodolfo Henrique na região oeste do Paraná. 2024. Tese (Doutorado em Sociologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2024.

VAN DER PLOEG, J. D.; SCHNEIDER, S. (2022). **Autonomy as a politico-economic concept:** Peasant practices and nested markets. Journal of Agrarian Change, 22(3), 529–546. https://doi.org/ 10.1111/joac.12482

WANDERLEY, M. N. B. **Agricultura familiar e campesinato:** rupturas e continuidade Estudos Sociedade e Agricultura. Rio de Janeiro, v. 11, n.21, 2003.