

**CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO COMO ESTRATÉGIA PARA A
TRANSIÇÃO AGROECOLÓGICA: A EXPERIÊNCIA DA APROFAM**
*SHORT FOOD SUPPLY CHAINS AS A STRATEGY FOR AGROECOLOGICAL
TRANSITION: THE EXPERIENCE OF APROFAM*

Joel Mateus Junior do Nascimento

Pós-Graduando em Estratégias e inovações na assessoria técnica à agricultura familiar -
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, UERN
agronomojoelmateus@gmail.com

Daniela Lacerda da Silva

Pós-Graduanda em Agroecologia - Universidade Federal de Viçosa, UFV
daniela.lacerda@ufv.br

Genivalda Cordeiro da Costa

Ms. em Economia Rural, professora do Departamento de Economia - Facem/UERN
genivaldacordeiro@uern.br

Grupo de Trabalho (GT): 03 - Mercados agrícolas e cadeias produtivas

Resumo

Os circuitos curtos de comercialização (CCC) têm se consolidado como uma importante estratégia para fortalecer a agricultura familiar e promover a transição agroecológica. Este artigo analisa a experiência da Associação dos Produtores e Produtoras da Feira Agroecológica de Mossoró (Aprofam), destacando o papel das feiras agroecológicas na reconfiguração das relações de produção, distribuição e consumo de alimentos. A pesquisa, de caráter qualitativo e exploratório, foi desenvolvida por meio de entrevistas semiestruturadas e observação participante junto a agricultores familiares vinculados à associação. Os resultados indicam que os CCC contribuem para a autonomia econômica dos produtores, eliminando intermediários e garantindo maior liquidez e previsibilidade de renda. Além disso, as feiras se configuram como espaços de convivência e troca de saberes, fortalecendo vínculos sociais e comunitários. Entretanto, desafios relacionados à precificação e ao planejamento coletivo da produção ainda limitam sua consolidação. Conclui-se que os circuitos curtos representam não apenas canais de comercialização, mas instrumentos estruturantes da transição agroecológica e da sustentabilidade da agricultura familiar.

Palavras-chave: Agroecologia; Circuitos curtos de comercialização; Agricultura familiar.

Abstract

Short food supply chains (SFSC) have become an important strategy for strengthening family farming and promoting agroecological transition. This paper analyzes the experience of the Association of Producers of the Agroecological Fair of Mossoró (Aprofam), highlighting the role of agroecological fairs in reshaping food production, distribution, and consumption relations. The research, qualitative and exploratory in nature, was conducted through semi-structured interviews and participant observation with family farmers associated with Aprofam. The results show that SFSC enhance farmers' economic autonomy by eliminating intermediaries and ensuring greater liquidity and income predictability. Furthermore, fairs function as spaces of social interaction and knowledge exchange, strengthening community bonds. However, challenges related to pricing strategies and collective production planning still limit their consolidation. It is concluded that short supply chains are not merely marketing channels but structural instruments of agroecological transition and the sustainability of family farming.

Keywords: *Agroecology; Short food supply chains; Family farming.*

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o sistema agroalimentar hegemônico, baseado em monocultivos de larga escala, uso intensivo de insumos químicos e cadeias longas de distribuição, tem gerado diversos impactos sociais, econômicos e ambientais. A dependência de atravessadores e grandes mercados atacadistas reduz a autonomia da agricultura familiar, ao mesmo tempo em que promove a homogeneização das dietas e amplia a distância entre produtores e consumidores (Altieri, 2012; Gliessman, 2000). Esse modelo de produção e consumo, embora eficiente sob a ótica do mercado global, mostra-se insustentável frente às crises ecológicas e alimentares contemporâneas.

Nesse contexto, a agroecologia surge como uma alternativa capaz de promover a sustentabilidade agrícola por meio de práticas baseadas na biodiversidade local, no conhecimento tradicional e na valorização de processos ecológicos. Entretanto, para que a transição agroecológica se concretize, não basta apenas transformar as técnicas produtivas: é necessário também construir novas formas de circulação e consumo dos alimentos. É nesse ponto que os circuitos curtos de comercialização (CCC) se apresentam como estratégia fundamental.

Os circuitos curtos de comercialização aproximam produtores e consumidores, reduzindo ou eliminando intermediários, fortalecendo vínculos de confiança e valorizando a produção local. Mais do que canais de venda, os CCC configuram-se como espaços de resistência ao modelo agroalimentar dominante, promovendo o desenvolvimento territorial, a soberania e a segurança alimentar. No Brasil, experiências como feiras agroecológicas, cestas de alimentos, Comunidades que Sustentam a Agricultura (CSA) e programas institucionais,

como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), ilustram o potencial dessa estratégia. Nesse contexto, a Associação dos Produtores e Produtoras da Feira Agroecológica de Mossoró (Aprofam) se destaca como uma experiência consolidada da sinergia entre os circuitos curtos de comercialização e a agricultura familiar agroecológica.

Diante disso, este artigo tem como objetivo analisar o papel dos circuitos curtos de comercialização na transição agroecológica em agroecossistemas familiares da Aprofam, discutindo suas contribuições econômicas, sociais, ambientais e políticas, bem como os desafios para sua consolidação. Busca-se, assim, evidenciar como a reconfiguração das relações de produção, distribuição e consumo pode fortalecer a agricultura familiar e contribuir para a construção de sistemas alimentares mais sustentáveis.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A agroecologia se consolidou nas últimas décadas como um campo científico, político e prático voltado à construção de sistemas agroalimentares sustentáveis, socialmente justos e ecologicamente equilibrados. De acordo com Altieri (2004), a agroecologia propõe a integração entre o conhecimento científico e o saber tradicional, articulando dimensões ecológicas, econômicas e sociais. Mais do que um conjunto de técnicas agrícolas, ela constitui um paradigma alternativo ao modelo produtivista da agricultura convencional, buscando restabelecer o equilíbrio entre agricultura e natureza.

Desse modo, segundo Caporal e Costabeber (2004), no campo da Agroecologia, o conceito de transição agroecológica ocupa posição central, sendo compreendido como um processo gradual e não linear de transformação que se desenvolve ao longo do tempo nas formas de manejo dos agroecossistemas. Por ser um processo social, envolve não apenas mudanças técnicas e produtivas, mas também a transformação de valores, atitudes e percepções dos atores sociais em relação ao manejo dos recursos naturais, promovendo uma integração entre dimensões ecológicas, econômicas e sociais.

Entre as estratégias que fortalecem esse processo de transformação, destacam-se os circuitos curtos de comercialização, que promovem a aproximação entre produtores e consumidores e reforçam os princípios da agroecologia. Segundo Darolt (2013), os circuitos curtos são sistemas de comercialização que reduzem ou eliminam os intermediários entre

quem produz e quem consome. Neles, a venda ocorre de forma direta (como nas feiras e na venda de cestas) ou com, no máximo, um intermediário. Essa configuração permite reconectar produtores e consumidores, fortalecendo laços de confiança, transparência e solidariedade.

Darolt e Rover (2021) aprofundam essa discussão ao associar os circuitos curtos à noção de inovação social, entendida como a criação de novas práticas e arranjos institucionais que respondem a desafios locais. Esses autores mostram que os CCC geram transformações tanto na economia quanto nas relações sociais, promovendo a autonomia dos agricultores e o empoderamento das comunidades rurais. A venda direta, ao fortalecer a identidade territorial e estimular a organização coletiva, torna-se um instrumento fundamental para a transição agroecológica como processo social.

Gazolla e Schneider (2017) também analisam os circuitos curtos a partir da perspectiva das redes agroalimentares alternativas, que se contrapõem à lógica dos mercados convencionais. Para eles, as cadeias curtas representam uma reconfiguração dos mercados rurais, baseadas em proximidade geográfica, confiança social e valorização da produção local. Nessas redes, o valor do alimento é redefinido: ele deixa de ser apenas mercadoria e passa a expressar relações de reciprocidade, sustentabilidade e justiça.

Do ponto de vista político, Niederle, Almeida e Vezzani (2013) interpretam os mercados agroecológicos como espaços de disputa simbólica e material. Eles argumentam que as práticas de comercialização direta, como as feiras e grupos de consumo, são formas de resistência ao modelo agroindustrial e corporativo, representando uma reapropriação social do alimento e do território. Assim, o consumo de produtos agroecológicos, mediado por circuitos curtos, adquire um caráter político e educativo, pois redefine o papel do consumidor, que deixa de ser mero comprador e passa a ser co-participante da transformação do sistema alimentar.

Essa leitura dialoga com as reflexões de Van der Ploeg (2008), que contrapõe a lógica camponesa — baseada na autonomia e na sustentabilidade — à dos chamados impérios alimentares, caracterizados pela homogeneização e pelo controle corporativo das cadeias produtivas. Para o autor, os agricultores familiares e camponeses buscam constantemente ampliar sua autonomia frente aos mercados dominantes, e os circuitos curtos constituem uma estratégia concreta de resistência a essa dominação. Ao reduzir a dependência de intermediários e grandes varejistas, os produtores recuperam parte do controle sobre os preços

e o destino de sua produção, fortalecendo sua soberania econômica e alimentar.

Além de favorecer a autonomia, os circuitos curtos contribuem para o fortalecimento das relações sociais e comunitárias. Como observam Grade e Romão (2021), o contato direto entre os atores sociais nesses espaços possibilita o reconhecimento mútuo e a construção de acordos, ainda que implícitos, em torno do consumo de alimentos locais e sazonais. A feira configura-se como um espaço dinâmico de trocas e partilhas de saberes, onde o consumidor se relaciona diretamente com o agricultor, e não com produtos dispostos em prateleiras, como nos mercados convencionais, em que o rótulo assume o papel central da informação. Trata-se, portanto, de um espaço de convivência, permeado por significados, afetos e diálogos, que transcende a lógica puramente comercial orientada pela venda e pelo lucro.

Altieri (2012) e Gliessman (2015) convergem ao afirmar que a sustentabilidade de um sistema agroecológico depende da integração entre dimensões ecológicas e socioeconômicas. A construção de mercados locais, portanto, não é apenas uma estratégia comercial, mas um elemento estrutural da transição agroecológica, pois garante viabilidade econômica aos sistemas diversificados e estimula práticas produtivas sustentáveis. Esse vínculo direto entre produção e consumo reforça a autonomia dos agricultores familiares, ao mesmo tempo em que educa os consumidores sobre a origem e o valor social dos alimentos.

No contexto brasileiro, as feiras agroecológicas, as vendas diretas na propriedade e os programas governamentais de aquisição de alimentos representam formas concretas de circuitos curtos de comercialização. Essas experiências têm mostrado resultados expressivos, tanto na ampliação da renda dos agricultores quanto na transformação das relações de mercado, garantindo mais autonomia aos agricultores (Darolt, 2013). Contudo, como observa Von der Weid (2022), persistem desafios estruturais, como a falta de infraestrutura adequada, de políticas públicas de apoio e de reconhecimento institucional desses mercados alternativos.

3 METODOLOGIA

O presente trabalho caracteriza-se como uma pesquisa de campo de caráter exploratório e qualitativo, adotando o método de estudo de caso para compreender o impacto dos circuitos curtos de comercialização no processo de transição agroecológica nos agroecossistemas das famílias associadas à Aprofam. A pesquisa foi conduzida durante visitas às feiras agroecológicas e às propriedades rurais dos membros da associação, localizadas no

município de Mossoró, estado do Rio Grande do Norte, durante os meses de julho a setembro de 2023.

A Aprofam era composta, até o período da coleta de dados deste estudo, por 27 associados, sendo todos agricultores familiares de base agroecológica, dentre esses foram selecionados oito agricultores para compor uma amostra do tipo não probabilística por conveniência. Os critérios adotados para escolha dos agricultores para compor a amostra foram: a) o agricultor participar da Feira Agroecológica da UFERSA (FAU) ou da Feira Agroecológica de Mossoró (FAM); e b) o agricultor possuir disponibilidade e interesse em participar da pesquisa. Para a coleta de dados, adotou-se dois meios: as entrevistas semiestruturadas, empregadas aos agricultores que apresentaram maior disponibilidade em participar da pesquisa, e a observação participante, adotada para levantar dados dos demais agricultores e participantes das feiras.

4 ANÁLISE DOS DADOS

A comercialização da produção agrícola desempenha um papel central para os agricultores familiares vinculados à Aprofam. Foi a partir da necessidade de escoar o excedente produtivo que surgiu a Feira Agroecológica de Mossoró (FAM), a qual constituiu a base para a criação da própria associação. Posteriormente, a experiência se expandiu para diferentes espaços da cidade, consolidando-se como um instrumento estratégico de inserção dos produtos agroecológicos no mercado local.

As feiras, enquanto circuitos curtos de comercialização, possibilitaram aos agricultores eliminar um elo historicamente prejudicial em suas cadeias produtivas: os atravessadores. Esses intermediários, ao intermediar a comercialização entre produtores e grandes mercados ou consumidores finais, apropriam-se de parte significativa da renda agrícola, comprometendo a autonomia e a viabilidade econômica da agricultura familiar (Darolt e Rover, 2021).

Além das feiras agroecológicas, os agricultores da Aprofam diversificam seus canais de comercialização, utilizando programas governamentais, como PAA e PNAE, supermercados, restaurantes e *delivery* — este último implementado durante a pandemia de Covid-19 e mantido por alguns produtores. Tal diversidade evidencia resiliência e capacidade de inovação social, garantindo segurança econômica e adaptação às dinâmicas do mercado

(Darolt e Rover, 2021).

Assim como os canais de comercialização, os produtos comercializados pela associação também são diversos, como demonstrado no quadro 1. Além de produtos *in natura*, como hortaliças e frutas, os agricultores comercializam também produtos processados, dos quais destacam-se as polpas de frutas, que proporcionam maior agregação de valor e um aproveitamento mais eficiente da produção agrícola.

Quadro 1 - Principais produtos comercializados pela Aprofam

Categoria	Produtos
Hortaliças	Alface, coentro, cebolinha, cenoura, batata doce, rúcula, tomate-cereja, couve, beterraba e cebola
Frutas	Bananas, mamão, coco, abacate, limão, acerola, caju, cajarana, goiaba e graviola
Produtos processados	Polpas de frutas, bolos, doces e castanha de caju
Produtos de origem animal	Mel, ovos e leite

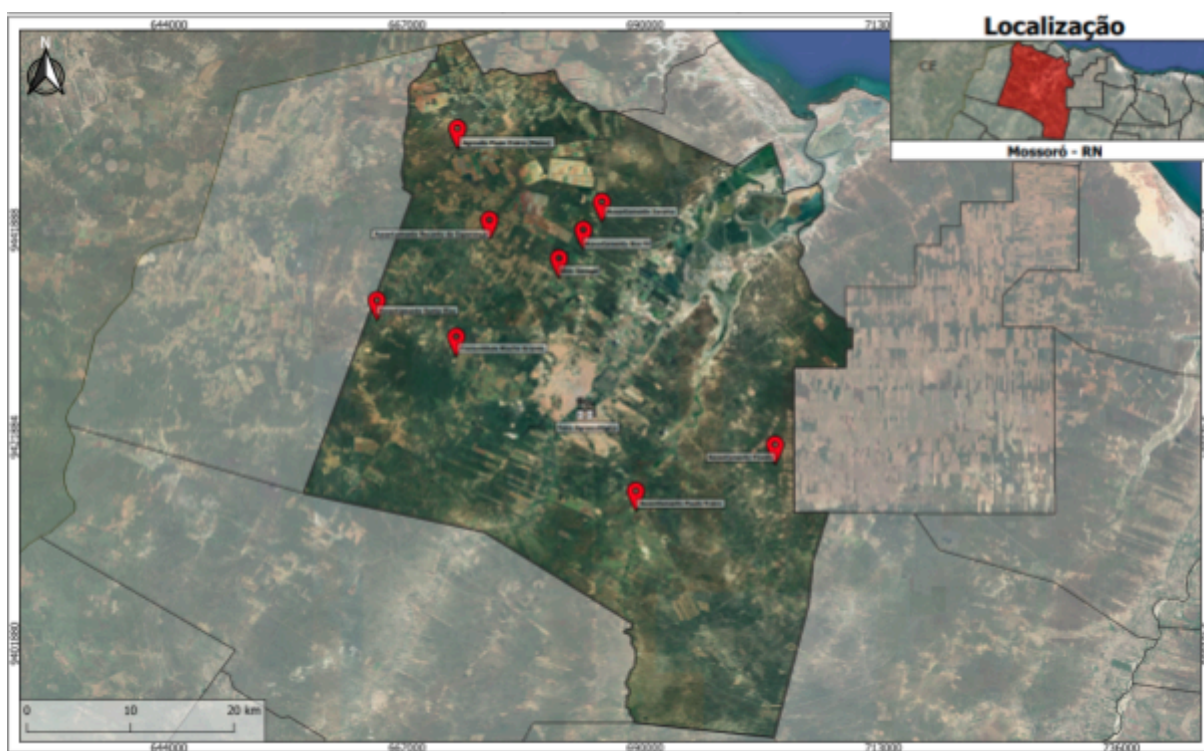
Fonte: Elaborado pelos autores.

Sob a ótica econômica, a venda direta ao consumidor apresenta vantagens significativas em relação a outros canais de comercialização, como supermercados ou programas governamentais de aquisição de alimentos. Para alguns agricultores vinculados à Aprofam, a venda direta ao consumidor garante maior liquidez e previsibilidade de renda, uma vez que o pagamento ocorre de forma imediata, o que possibilita aos agricultores maior autonomia financeira. Tal característica é determinante para a sustentabilidade financeira da agricultura familiar, especialmente em contextos de incerteza quanto à continuidade de políticas públicas de aquisição de alimentos.

Sob a perspectiva social, as feiras agroecológicas da Aprofam configuram-se como espaços de interação social, nos quais agricultores e consumidores estabelecem diálogos que extrapolam as questões estritamente produtivas, permitindo a troca de experiências, percepções e saberes. Como observado por Grade e Romão (2021), esse processo favorece a criação de vínculos afetivos que fortalecem a relação entre os agricultores e os consumidores, transformando estes últimos, em alguns casos, em agentes de difusão dessas experiências. Do mesmo modo, observa-se que as feiras contribuem para o fortalecimento das relações

interpessoais entre os próprios agricultores, ao promover convivência, cooperação e solidariedade no âmbito associativo. Essa contribuição ganha ainda mais relevância para a Aprofam diante da dispersão geográfica das unidades produtivas dos associados (figura 01) e da falta de uma sede física da associação.

Figura 1 - Distribuição geográfica dos polos da Aprofam



Fonte: Elaborado pelos autores.

Outro elemento social de destaque nas feiras e na própria trajetória da Aprofam é o protagonismo das mulheres, evidenciado, inclusive, no nome da associação e que pode ser observado na rotina das feiras. Diferentemente de outras experiências em que a participação feminina é reduzida a uma função auxiliar à atuação dos homens, as mulheres da associação destacam-se como maioria nos espaços de comercialização e assumem papel central na gestão dos agroecossistemas familiares. Essa realidade confirma a importância da visibilidade e do reconhecimento institucional das agricultoras como sujeitos políticos e produtivos, superando a ideia de que elas apenas “ajudam” nas atividades rurais (Herrera *et al.*, 2024; Amorim; Fiúza; Pinto, 2018). Estudos sobre experiências semelhantes mostram que o envolvimento das mulheres em práticas agroecológicas e em circuitos curtos de comercialização fortalece sua

autonomia e o reconhecimento de seus saberes e capacidades (Freitas *et al.*, 2022; Brito; Nascimento, 2021).

No âmbito da transição agroecológica, o contato direto entre agricultores e consumidores assume relevância estratégica, pois possibilita que os consumidores conheçam os processos de produção dos alimentos que consomem, aspecto frequentemente invisibilizado pelas prateleiras dos supermercados. De acordo com Darolt (2013), essa aproximação favorece a construção de relações de confiança, elemento fundamental para a valorização pelos consumidores dos produtos agroecológicos, o que pode, inclusive, se apresentar como uma alternativa à certificação orgânica, necessária para a comercialização desses produtos em mercados convencionais, que embora garanta um melhor preço, requer um investimento elevado para sua obtenção. Tal cenário pode ser observado nas feiras da associação, que mesmo sem dispor de certificação para produtos orgânicos, comercializa seus produtos por preços similares aos dos orgânicos certificados comercializados nos supermercados da cidade.

Contudo, os agricultores da Aprofam ainda enfrentam desafios relacionados à comercialização de seus produtos. No que se refere à formação de preços, a estratégia adotada pela associação consistia em estabelecer valores fixos e padronizados para todos os agricultores. Dessa forma, mesmo havendo variações nos custos de produção entre os associados, os preços praticados permaneciam uniformes. Observou-se, entretanto, que esses preços não estavam atualizados frente às oscilações econômicas recentes, o que resultava em certa defasagem em relação aos valores praticados nos mercados varejistas.

Nesse contexto, evidenciou-se a necessidade de elaborar uma estratégia de precificação mais dinâmica, capaz de considerar as variações sazonais da economia local. Durante o período da pesquisa, identificou-se também a importância de um planejamento coletivo da produção agrícola, pautado tanto nas demandas dos consumidores das feiras quanto na capacidade produtiva dos agricultores diante das variações climáticas sazonais da região. Tal planejamento poderia contribuir para maior estabilidade na oferta e nos preços dos produtos, além de assegurar que todos os membros da associação tenham espaço para comercializar seus produtos sem que haja concorrência interna.

Todavia, os desafios enfrentados pela Aprofam são comuns a outras experiências agroecológicas pelo Brasil. De acordo com Porto (2008), é possível afirmar que a inserção das

famílias agricultoras e de suas organizações nos mercados ainda se encontra muito aquém de seu potencial. A análise de diferentes iniciativas voltadas à comercialização da produção familiar, inclusive de empreendimentos já consolidados, como a Aprofam, revela a presença de desafios recorrentes que atravessam essas experiências.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo evidenciou que os circuitos curtos de comercialização desempenham papel estratégico na transição agroecológica de agricultores familiares vinculados à Aprofam. As feiras agroecológicas, juntamente com canais complementares, como *delivery* e programas governamentais, têm possibilitado aos agricultores da associação superar barreiras históricas impostas pelo sistema agroalimentar convencional, aumentando a autonomia econômica e fortalecendo a viabilidade financeira da agricultura familiar.

Além dos benefícios econômicos, as feiras configuram-se também como espaços de convivência e aprendizagem, promovendo a troca de saberes entre agricultores e consumidores e fortalecendo vínculos sociais e comunitários. Essa dimensão social é crucial para a consolidação da transição agroecológica, pois reforça valores de solidariedade, cooperação e responsabilidade compartilhada, além de aproximar os consumidores dos processos produtivos e do valor socioambiental dos alimentos.

Entretanto, desafios estruturais permanecem, especialmente em relação à precificação e ao planejamento coletivo da produção, que demandam estratégias adaptativas capazes de considerar a sazonalidade, a capacidade produtiva dos agricultores e a demanda do mercado. A superação desses desafios é fundamental para consolidar os circuitos curtos como instrumentos eficazes de autonomia, inovação social e resistência ao modelo agroalimentar dominante.

Em síntese, os resultados da pesquisa confirmam que os circuitos curtos não são apenas mecanismos de comercialização, mas elementos estruturantes da transição agroecológica, articulando dimensões econômicas, sociais e políticas. A experiência da Aprofam demonstra que o fortalecimento desses circuitos contribui significativamente para a sustentabilidade dos sistemas agroecológicos familiares, oferecendo caminhos concretos para a construção de sistemas alimentares locais, justos e sustentáveis.

REFERÊNCIAS

ALTIERI, M. A. **Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável**. 5. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. 120 f.

ALTIERI, M. A. Agroecologia, agricultura camponesa e soberania alimentar. **Revista Nera**, n. 16, p. 22–32, 2012.

AMORIM, E. O.; FIÚZA, A. L. C.; PINTO, N. M. A. Mulher e trabalho no meio rural: como alcançar o empoderamento? **Revista Neguem**, v. 25, n. 2, p. 45-61, 2018. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/neguem/article/view/27046>. Acesso em: 12 out. 2025.

BRITO, C. M. P.; NASCIMENTO, P. B. S. Agroecologia e empoderamento de mulheres de uma comunidade sertaneja do semiárido baiano. **Anais do PoliGES**, Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, 2021. Disponível em: <https://anais.uesb.br/poliges/article/view/8267>. Acesso em: 12 out. 2025.

CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A. **Agroecologia: alguns conceitos e princípios**. Brasília: MDA/SAF/DATER-IICA, 2004. 24 p. Disponível em: <https://www.fca.unesp.br/Home/Extensao/GrupoTimbo/Agroecologia-Conceitoseprincipios.pdf>. Acesso em: 9 out. 2025.

DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (org.). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013. p. 139–170.

DAROLT, M. R.; ROVER, O. J. (orgs.). **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**. Florianópolis: Estúdio Sempredo, 2021.

FREITAS, M. M.; *et al.* Protagonismo das mulheres rurais na produção orgânica e de base agroecológica no Brasil. **Cadernos de Agroecologia**, v. 17, n. 2, p. 1-10, 2022. Disponível em: <https://cadernos.aba-agroecologia.org.br/cadernos/article/view/8483>. Acesso em: 12 out. 2025.

GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: UFRGS, 2017.

GLIESSMAN, S. R. **Agroecologia: processos ecológicos em agricultura sustentável**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2000. 654 p.

GRADE, M.; ROMÃO, A. L. Feira de Alimentos Orgânicos do Centro de Ciências Agrárias de Florianópolis-SC. In: DAROLT, M. R.; ROVER, O. J. (orgs.). **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**. Florianópolis: Estúdio Sempredo, 2021. p. 180–189.

HERRERA, K. M.; DESCONSI, C.; BIROCHI, R.; PACÍFICO, D. A. Trabalho e gestão das

mulheres na agricultura familiar: uma análise a partir de estudos feministas e de gênero. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 62, n. 1, p. e253471, 2024. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/sjmkyHnxJz8CdQQFLwdSbBK>. Acesso em: 12 out. 2025.

NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013.

PLOEG, J. D. van der. **Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização**. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2008.

PORTO, S. I. Acesso a mercados: desafios e oportunidades. **Revista Agriculturas**, v. 5, n. 2, jun. 2008. Disponível em: <https://aspta.org.br/files/2014/10/Editor-convidado-Acesso-a-mercados-desafios-e-oportunidades.pdf>. Acesso em: 10 out. 2025.

SCHNEIDER, S. **Mercados e agricultura familiar**. Porto Alegre: UFRGS, 2016.

VON DER WEID, J. M. Os desafios da produção agroecológica. **A Terra é Redonda**, 17 set. 2025. Disponível em: <https://aterraeredonda.com.br/os-desafios-da-producao-agroecologica/>. Acesso em: 9 out. 2025.