

CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO EM ASSENTAMENTOS DA REFORMA AGRÁRIA NO MATO GROSSO DO SUL: UMA PROPOSTA DE TIPOLOGIA DE MERCADOS

TRADING CHANNELS IN AGRARIAN REFORM SETTLEMENTS IN MATO GROSSO DO SUL: A PROPOSAL FOR A MARKET TYPOLOGY

Christiane M. Pitaluga - Escola de Administração e Negócios – ESAN, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS christiane.pitaluga@ufms.br

Armando Fornazier - Programa de Pós-Graduação em Agronegócios – PROPAGA – Universidade de Brasília, UnB armandouenf@yahoo.com.br

Rosane J. Bastos - rosane-bastos@hotmail.com

Rayssa S. Nascimento - Escola de Administração e Negócios – ESAN, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS rayssa_soares@ufms.br

GT10. Abastecimento, segurança alimentar e nutricional e dinâmicas de consumo

Resumo

A abordagem sobre a comercialização nos mercados alimentares dos assentamentos da Reforma Agrária em Mato Grosso do Sul ganha relevância haja vista estes estarem situados em áreas distantes, isoladas e degradadas. Neste sentido, o objetivo geral da pesquisa consiste em analisar a estrutura, a dinâmica de funcionamento dos mercados nos Assentamentos Nova Era e Eldorado I, visando compreender quais são os canais de comercialização e desenvolver uma tipologia dos mercados que estes atores sociais acessam. A pesquisa se caracteriza como descritiva, exploratória, com o suporte das técnicas qualitativas e quantitativas. Foram aplicados questionários fechados e entrevistas semiestruturadas a uma amostra de agricultores familiares dos dois assentamentos e posteriormente os dados analisados por meio de análise de conteúdo e estatística descritiva. Os resultados revelaram a predominância de mercados locais, dentro das chamadas cadeias curtas, que envolvem os mercados de proximidade e mercados institucionais e também a predominância em canais de comercialização como "a domicílio". Entre os produtos, a olericultura diversificada predomina, a qual os agricultores procuram diversos canais para comercializar sua produção, ou seja, buscam não ficarem dependentes de poucos compradores. Por fim, a pesquisa apontou a necessidade de políticas públicas ampliadas e mais ajustadas de infraestrutura e alimentar visando fortalecer as relações entre produção e comercialização. Associado a estes fatores, os aspectos de infraestrutura, socioeconômico e demais conflitos sociais configuram-se como grandes vulnerabilidades, destacando-se como centrais e decisivos para o planejamento da produção, comercialização, promoção do comércio justo e inclusivo e acesso a mais e melhores mercados.

Palavras-chave: agricultura familiar; mercados; políticas públicas, tipologia

Abstract

The approach to marketing in the food markets of Agrarian Reform settlements in Mato Grosso do Sul gains relevance given that they are located in distant, isolated and degraded areas. In this sense, the general objective of the research consists of analyzing the structure and functioning dynamics of the markets in the Nova Era and Eldorado I Settlements, aiming to understand what the marketing channels are and to develop a typology of the markets that these social actors access. Characterized as descriptive, exploratory, with the support of qualitative and quantitative techniques. Closed questionnaires and semi-structured interviews were applied to a sample of family farmers from the two settlements and the data was subsequently analyzed using content analysis and descriptive statistics. The results revealed the predominance of local markets, within the so-called short chains, which involve local markets and institutional markets and also the predominance of marketing channels such as "at home". Among the products, diversified horticulture predominates, which Farmers seek different channels to commercialize their production, that is, they seek not to become dependent on a few buyers. Finally, the research highlighted the need for expanded and more adjusted public infrastructure and food policies aimed at strengthening relationships between production and commercialization. Associated with These factors, aspects of infrastructure, socioeconomic and other social conflicts constitute major vulnerabilities, standing out as central and decisive for production planning, marketing, promotion of fair and inclusive trade and access to more and better markets.

Key words: *Family farming; markets; public policy, typology*

1. Introdução

Faz-se cada vez mais frequentes pesquisas e estudos que permeiam as questões agrícolas, agrárias e dos sistemas alimentares tanto no Norte quanto no Sul global. Com isso, o papel desempenhado pelos agricultores familiares nos assentamentos da Reforma Agrária no Brasil corroboram estas investigações e tem ganhado destaque no que se refere à produção e comercialização de alimentos. Neste sentido, organismos multilaterais como a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) afirmam que a agricultura familiar abrange todas as atividades agrícolas de base familiar e estão vinculadas às áreas do desenvolvimento rural. Esta fundamenta-se em um meio de organização das produções agrícola, florestal, pesqueira, pastoril e aquícola que tem como principal característica o fato de serem gerenciadas e operadas por famílias e, principalmente, dependente de mão de obra familiar (FAO, 2014).

Sob a perspectiva nacional, alguns fatores devem ser observados, pois são fundamentais para alcançar o bom desenvolvimento da agricultura familiar; dentre eles destacam-se: condições agroecológicas, as características territoriais, ambiente político, acesso aos mercados alimentares, acesso à terra e aos recursos naturais, acesso à tecnologia e fatores socioculturais, disponibilidade de educação especializada, entre outros (FAO, 2014). Logo, o agricultor familiar configura-se como um canal importante de comércio e geração de renda com regularidade. Ele contribui para a inclusão produtiva, a geração de empregos no meio rural e o estímulo ao cooperativismo e ao associativismo. Um exemplo a ser citado consiste em relação à alimentação escolar da rede pública de ensino, o agricultor familiar tem proporcionado o acesso regular e permanente de produtos alimentícios de melhor qualidade nas escolas públicas (FNDE, 2015).

Dentro deste contexto, a inserção dos alimentos provenientes da agricultura familiar tem sido um meio encontrado para impulsionar não apenas a educação, mas especialmente a nutrição e o desenvolvimento social e econômico (MDA, 2015). Por outro lado, faz-se necessário estimular a diversificação nos canais de comercialização e o fortalecimento de parcerias e de redes, com o objetivo de atingir a sustentabilidade do negócio e o desenvolvimento de capacidades próprias (Canellas; Alves, 2017).

Porém, reflexões anteriores propostas por Silva e Silva (2011), já apontavam que, embora as compras públicas/mercados institucionais proporcionem um canal de comercialização para os agricultores, faz-se necessário que as cooperativas, associações e demais empreendimentos procurem outros mecanismos de comercialização, considerando não ficarem “presos” às políticas públicas. Assim, estimula-se a importância da diversificação nos canais de distribuição e o fortalecimento de parcerias e de redes, com o objetivo de atingir a sustentabilidade do negócio e o desenvolvimento de capacidades próprias. Desta forma, as cadeias curtas de abastecimento de alimentos no que se refere ao conceito debatido na academia, exigem, entre outras questões, uma proximidade geográfica, atuação ativa do produtor e consumidor e também ter disponibilidade de informação a respeito do produto que está sendo comercializado (Canellas; Alves, 2017).

No universo do que se define como agricultura familiar (Brasil, 2006) um grupo presente são os Assentados da Reforma Agrária que podem ter conseguido suas terras em programas de distribuição ou através de compras, como por exemplo o Programa Nacional de Crédito Fundiário (PNCF). Assim, além dos agricultores conseguirem condições de produzirem com a adoção de uma tecnologia mais adaptada para a sua realidade, acesso à água e energia, o acompanhamento através da Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER), também se faz importante a busca por mercados. Principalmente para produtos como frutas, verduras e

legumes (FLVs) características como a sua perecibilidade faz como que a comercialização tenha que ocorrer muitas vezes em canais mais curtos para evitar problemas como perdas e desperdício, pois, os produtos não podem ficar armazenados a não ser que os agricultores adotem alguma técnica de agroindustrialização, como por exemplo as geleias, preparadas a partir das frutas.

Logo, defende-se que a abordagem a respeito do abastecimento alimentar, através dos diversos canais de comercialização, ganha evidência nas sociedades que se encontram cada vez mais urbanizadas haja vista também o próprio dinamismo dos sistemas alimentares. Assim, o contexto em que surge esta pesquisa é o da emergência das iniciativas de “comercialização alimentar” e da construção de “mais e melhores mercados”, provenientes da agricultura familiar em dois Projetos de Assentamentos da Reforma Agrária no Estado de Mato Grosso do Sul. Inserido em parte da Região Centro-Oeste do Brasil, o estado abarca os biomas Cerrado e Pantanal, com isso muitas vezes apresenta como referência uma agricultura mais extensiva, porém, coexistem agricultores familiares que produzem uma diversidade de FLVs, alguns se localizam mais distantes dos centros urbanos e grandes cidades e outros situam-se mais próximos.

Inserido no contexto socioeconômico e especialmente o sanitário, dada a prevalência da pandemia da COVID-19, que impactou de forma significativa a renda dos agricultores familiares, esta pesquisa visa contribuir para alavancar discussões e reflexões a partir da análise da construção e da tipologia dos mercados alimentares da agricultura familiar (Schneider, 2016), em que emerge a comercialização de alimentos nos diferentes grupos sociais provenientes do Assentamento Nova Era, localizado no entorno e a cerca de 32 km da capital Sul-mato-grossense, e o Assentamento Eldorado I, situado no município de Sidrolândia, distante aproximadamente 70 km da capital do estado.

Neste sentido, o objetivo geral da pesquisa consiste em analisar a estrutura, a dinâmica de funcionamento dos mercados nestes espaços para compreender quais são os canais de comercialização e desenvolver uma tipologia dos mercados que estes atores sociais acessam. Faz-se oportuno destacar que a abordagem sobre a comercialização nos mercados alimentares dos assentamentos da reforma agrária ganha relevância haja vista os assentamentos do Mato Grosso do Sul serem situados principalmente em áreas distantes, isoladas e degradadas. Em particular, estes assentamentos encontram-se em uma região com expressivos obstáculos de manejo da terra dada as características topográficas e pedológicas (Dobbins; França; Moretti, 2012).

Diante desta circunstância, os agricultores se deparam com a urgência não apenas de conservar, mas especialmente de reparar suas terras, visando atender suas necessidades básicas de alimentação bem como obter seu sustento, por meio da comercialização (Vilpoux; Cereda, 2014). Ainda para os mesmos autores, é preciso considerar que o isolamento destes assentamentos repercute fortemente, dificultando ainda mais a assistência técnica e a comercialização dos alimentos, fatos estes que demonstram a necessidade da presença constante e eficiente de um corpo técnico de extensionistas.

Logo, em face desta realidade complexa, entende-se como emergentes estudos e pesquisas que descortinam as dinâmicas da construção e dos mercados alimentares nos referidos Projetos de Assentamentos da Reforma Agrária. Para tanto, surgem algumas questões que têm como propósito nortear esta investigação. Deste modo, almeja-se conhecer e apresentar de forma mais detalhada as seguintes questões: I) Quais são os alimentos/produtos comercializados nos dois assentamentos de reforma agrária selecionados no Mato Grosso do Sul? II) Quais são os principais canais de venda utilizados? Desta forma, espera-se que a presente investigação mapeie esta realidade visando a proposição de políticas públicas alimentares mais ajustadas aos agricultores familiares que se encontram em vulnerabilidade nos

assentamentos dos Projetos de Reforma Agrária em MS e que cultivam alimentos e demais gêneros alimentícios tanto para o autoconsumo, como para a comercialização.

Por fim, a presente investigação é parte de um projeto de pesquisa que emerge de um esforço de acordo de cooperação celebrado entre duas instituições públicas, sendo elas uma dedicada ao ensino superior e a outra direcionada ao fomento e ao desenvolvimento do ensino, ciência e tecnologia, que visa elucidar e revelar as dinâmicas de comercialização e abastecimento de alimentos provenientes dos agricultores familiares dos Projetos de Assentamentos da Reforma Agrária em MS. Neste sentido, o trabalho ora proposto apresenta na sequência os constructos teóricos, que ofereceram suporte ao desenvolvimento das análises, seguido do percurso metodológico, o qual guiou a execução da pesquisa, os resultados da pesquisa que foram tratados a partir dos métodos e técnicas empregados, finalizando com as últimas considerações que elucidam os principais achados e evidenciam a emergência da construção de novos fluxos de políticas públicas, as quais os agricultores familiares esperam.

2. Agricultura familiar e comercialização de alimentos: mercados e uma aproximação de uma tipologia frente à diversidade

Salvate e Schneider (2022), defendem que um dos aspectos a respeito dos mercados e que é amplamente considerado como “consenso” na sociedade reside no fato de que são poucas as temáticas que abordam os mercados e ainda concomitantemente estes são indevidamente explicados e compreendidos. Passa a ser até um pouco comum que as interações econômicas e as trocas comerciais sejam trocadas por expressões como “o(s)” mercado (s). Os mesmos autores ainda defendem que os mercados territoriais se relacionam aos contextos econômicos e sociais, onde os agricultores familiares se fazem presentes e se relacionam com outros atores externos, urbanos ou não, que também se relacionam com outros segmentos como serviços, comércio e mesmo indústria. Cabe registrar que até pouco tempo atrás a entrada dos agricultores familiares nos mercados alimentares era compreendida como uma espécie de subordinação.

Contudo, os dados divulgados pelo Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA, 2022), reconhecem que a agricultura familiar desempenha um importante papel no fornecimento de alimentos para o país. Além de sua contribuição econômica, destaca-se sua contribuição no campo social e ambiental. Ela se configura como fundamental responsável por produzir alimentos que são disponibilizados para a mesa de toda população do Brasil. É composta por pequenos produtores rurais, povos e comunidades tradicionais, assentados da Reforma Agrária, silvicultores, aquicultores, extrativistas e pescadores. O segmento ganha destaque haja vista a produção de milho, raiz de mandioca, pecuária leiteira, gado de corte, ovinos, caprinos, olerícolas, feijão, cana, arroz, suínos, aves, café, trigo, mamona, fruticulturas e hortaliças (MAPA, 2022).

Assim, a agricultura familiar pode ser considerada como um importante *player* no cenário nacional de produção de alimentos e abastecimento interno, não obstante os processos históricos-políticos de não priorização por parte do Estado brasileiro no que se refere a estas comunidades. Neste sentido, as características culturais, produtivas, organizativas e políticas da agricultura familiar e a sua importância na produção agrícola nacional, foram determinantes da luta por reconhecimento dessa categoria (Piccolotto, 2015) tanto nos fóruns acadêmico-científico, como políticos em nível nacional nas últimas décadas, fato este comprovado pelas diferentes políticas agrícolas voltadas para esse público que têm sido implementadas recentemente (Grisa; Schneider, 2015).

A etapa de comercialização está inserida em um processo contínuo por meio da coordenação da produção agroalimentar, que envolve as etapas de distribuição, beneficiamento e/ou agregação de valor e a oferta dos produtos aos consumidores (Mendes; Padilha Junior, 2007). A atividade agropecuária envolve uma série de gastos na produção através de insumos

para a sua realização, por exemplo, a aquisição de sementes, fertilizantes, mão de obra, entre outros, assim, uma etapa importante nesse processo é a busca de melhores condições de comercialização buscando compradores através dos mercados. “Um mercado é, portanto, um grupo de compradores e vendedores que, por meio de suas interações efetivas ou potenciais, determinam o preço de um produto ou de um conjunto de produtos” (Pindyck; Rubinfeld, 2013, p. 8).

Nos mercados de produtos agrícolas ou agropecuários um conceito muito utilizado é a comercialização. Waquil, Miele e Schultz (2010) relatam que em uma visão mais simples a comercialização pode ser entendida como a transferência dos produtos para outros agentes que compõem a cadeia produtiva. Porém, os autores relatam que há arranjos institucionais necessários para que os produtos cheguem até o mercado e agregação de valor em funções como de tempo (armazenamento), lugar (transporte) e forma (processamento) que são exercidas pelos agentes que constituem os canais de comercialização.

Para Brasil (2019), o ajuste de novos mecanismos de produção e comercialização de alimentos oportunizados pela agricultura familiar, diferentes daqueles praticados pelo que se chama de “sistema convencional”, surge como uma nova esperança, em que o acesso aos mercados passa a ser reconhecido como uma relevante tática de conquista de autonomia e reprodução social para os pequenos produtores. Assim, esses novos formatos de mercados diferenciados (coletivos de consumidores solidários, feiras com vendas diretas aos consumidores, compras institucionais, dentre outros...) passam, cada vez mais, a exercer uma função decisiva diante do atual contexto rural vivenciado. Desta forma, esses novos mercados cooperam para o estreitamento das relações entre os agricultores e os consumidores em espaços que oportunizam maior incremento na renda, resiliência, melhores condições de vida e mais autonomia aos agricultores (Schneider; Ploeg; Hebinck, 2015).

Neste sentido, os canais representam o caminho entre a oferta e demanda e podem ser mais curtos ou mais longos com intermediários. “Os canais de distribuição ajudam a apresentar, vender ou entregar bens e serviços a um comprador ou usuário. Podem ser diretos — via internet, correio ou telefone fixo e móvel — ou indiretos — por meio de distribuidores, atacadistas, varejistas e agentes que atuam como intermediários” (Kotler; Keller, 2018, p. 10).

Niederle *et al.* (2021), no que tange a discussão sobre como os mercados locais viabilizam ou não a inclusão social asseveram que:

Inúmeros dispositivos focalizaram o reconhecimento e a garantia de direitos para mulheres, jovens, comunidades tradicionais, indígenas e povos vinculados a religiões de matriz africana. Com efeito, analisar se os mercados podem se constituir em mecanismos de inclusão também implica em compreender se, e como, eles contribuem para essas lutas por reconhecimento social (Niederle *et al.*, 2021, p.27).

Desta forma, evidencia-se a importância da agricultura familiar no cenário econômico produtivo, uma vez que exerce papel fundamental no abastecimento alimentar brasileiro, contribui para a geração de renda, para o controle da inflação e para a melhoria no nível de sustentabilidade das atividades agrícolas do país (CoDAF, 2017). Contudo, Ploeg (2006), destaca a existência de uma diferença entre a finalidade da produção realizada e a destinação dos alimentos se é para atender a finalidade de subsistência ou se é para a comercialização. Sendo a produção voltada para atender fins comerciais é possível que haja diferentes graus de mercantilização, o que reflete em planejar as vendas por distintos canais de comercialização e, consequentemente, pode ocorrer a inserção em diferentes mercados.

Assim, uma das formas encontradas pelos agricultores familiares e pequenos produtores para comercializar seus produtos consiste no desenvolvimento de práticas por meio dos circuitos curtos de comercialização. Estes também conhecidos como cadeias curtas de abastecimento alimentar vêm sendo abordados como uma das alternativas mais significativas a serem mantidas no que se refere às relações entre produtores e consumidores. De acordo com

Renting, Marsden, Banks (2003), esta modalidade de abastecimento contribui para extirpar o modelo da cadeia convencional, via construção de novos relacionamentos entre produtores e consumidores. Isto significa para Goodman (2003), uma redefinição de novas relações entre os mercados de oferta e demanda. Na abordagem de Schneider e Ferrari (2014) estas se apresentam como mais uma das estratégias empreendedoras, seja para capturar uma fatia do valor produzido nas cadeias de alimentos, seja para revalorizar produtos rurais produzidos segundo um “saber-fazer” da própria cultura.

As cadeias agroalimentares curtas ou *short food supply chains* (SFSCs) buscam estreitar as relações entre produtores e consumidores com mais informações e transparência sobre a origem dos alimentos, por exemplo, onde e como foram produzidos do que as cadeias agroindustriais longas e complexas (Marsden; Banks; Bristow, 2000). Os mesmos autores identificam três tipos de SFSCs: face a face, proximidade espacial e espacialmente estendida. Na primeira, a venda pode ser direta na propriedade ou na beira da estrada sem intermediários. No segundo caso pode ocorrer em feiras ou outro local e há informações sobre o local do produto e no terceiro caso o uso de rótulos de certificação entre outros mecanismos procuram mostrar as características da produção. Nessas relações de proximidade fatores como o enraizamento social (*embeddedness*), cultura entre outros se fazem presente.

Conforme Schneider e Escher (2011), o conceito de *embeddedness* traduzido por "imersão" ou "enraizamento" se refere à formação de significado para as ações dos atores que estão inseridos em um contexto ou ambiente institucional determinado historicamente e expressa a ideia de que as estruturas sociais, estabelecidas e enraizadas em regras, normas, convenções, hábitos, etc. condicionam o comportamento social dos indivíduos e é um ponto central da contribuição teórica de Karl Polanyi. Os autores relatam que a economia humana é um processo dinâmico e histórico e não apenas o "mercado" é o local de encontro de "oferta e demanda" onde formam os "preços de equilíbrio", ou seja, de maneira estática comparativa como é muitas vezes analisado na economia neoclássica.

No que se refere aos mercados os agricultores possuem algumas formas de acesso. Wilkinson (2008, p. 16) relata que “podemos identificar pelo menos quatro formas tradicionais de acesso aos mercados: acesso direto, sobretudo no caso do mercado local (informal); intermediação via atravessador; integração com a agroindústria e compras por parte do poder público”. Schneider (2016) apresenta uma Tipologia dos mercados da agricultura familiar conforme o Quadro 1 abaixo.

Quadro 1: Tipologia dos mercados da agricultura familiar

	Tipo de agricultor familiar	Locus e/ou alcance espacial		Natureza das trocas/ modelo de negócios	Forma de regulação	Canais de comercialização
Mercados de proximidade	Camponês; Produtor de excedentes	Spot; Venda Direta; Somente Local		Interpessoal + Solidário	Confiança + Amizade	- Na propriedade (colhe-pague); - No domicílio/casa - Beira estrada; - Entrega direta; - Feira local; - Grupos Consumo
Mercados locais e territoriais	Agricultor familiar; Produtor simples de mercadorias	Spot; Local, regional e territorial		Diversificado + Complementariedade	Reputação/ Confiança + Procedência + Preços	- Feira regional; - Feira nacional; - Redes de Venda; - Eventos; - Loja especializada; - Restaurantes;

						- Associação vendas - Sacolão
Mercados convencionais	Produtor de mercadorias	Sem lugar definido; Placeless/ Unbond		Concorrenci al	Contratos + Preços	- Atravessadores; - Cooperativa; - Agroindústria; - Empresa privada; - Internet; - Supermercados
Mercados públicos e institucionais	Todos os tipos de fornecedores	Multiespacial		Licitatório, Seleção Pública	Contratos públicos + Leis	- Alimentação Escolar; - Fair trade; - Órgãos internacionais (FAO; PMA); - ONGs; - Hospitais, Universidades, Forças Armadas - Entidade Assistencial; - Estoques governo

Fonte: Schneider (2016, p. 127).

O mecanismo de inserção dos agricultores familiares junto aos mercados alimentares não ocorre da mesma forma, uma vez que este processo é resultado de sistemas socialmente construídos, que são influenciados por elementos culturais, históricos e até mesmo pessoais. Apenas por estas razões isso já seria um condicionante para promover formatos distintos aos mercados, apresentando variações desde uma simples permuta de excedentes a mecanismos mais complexos e organizados (Schneider, 2016). Seguindo esta lógica, a forma como os agricultores preparam seus espaços produtivos e a dinâmica de produção, definindo volumes para serem consumidos e para serem comercializados, diferenciam sua participação nos mercados e também suas formas e locais de funcionamento (Wilkinson, 2002).

A venda direta do produtor ao consumidor, segundo Chiffolleu (2017), não é um fenômeno novo. No entanto, diante do atual contexto de complexidade e de rapidez de transformações, as cadeias curtas vêm se apresentando como uma forma renovada de trazer respostas alternativas a determinados tipos específicos de consumidores, para quem a agricultura padronizada vendida em grandes mercados não é capaz de atendê-los.

Conforme já assinalavam Renting, Marsden, Banks (2003), o consumo de alimentos está cada vez mais entrelaçado com os diferentes estilos de vida. De fato, na atual complexidade vivenciada no mundo, expressam-se coletividades com diversos estilos de alimentação e exigências de qualidade que fogem da padronização dos mercados. Por outro lado, a condição de pobreza, aprofundada pela desigualdade de renda, exclui grande parte da população como consumidora desse mercado padronizado dominante.

Para Matte *et al.* (2016), as cadeias curtas emergem de mercados construídos socialmente e envolvem ações coordenadas entre os diversos atores participantes, mobilizados no local de vida comum, como estratégia apropriada de desenvolvimento, no enfrentamento ao modelo hegemônico da agricultura padronizada. O desenvolvimento dessas novas formas de abastecimento alimentar configura-se como um fator essencial nas ações que sustentam essas novas práticas (Renting; Marsden; Banks, 2003).

Contudo, diante desse suporte teórico e considerando o fato de que diversas condições podem exercer influência quanto ao acesso dos agricultores em um ou outro mercado, um dos desafios consiste em compreender a variedade dessas relações, dadas as particularidades que lhes são próprias – seja do alimento cultivado, sejam das conjunturas políticas, espacial, cultural ou de qualquer outra natureza (Dias; Ende, 2022).

3. Percurso Metodológico

Considerando o objetivo e as questões norteadoras propostas por esta investigação, os caminhos metodológicos adotados deram suporte para identificar, descrever, mapear, analisar e classificar os canais de comercialização e os mercados alimentares acessados pelos agricultores familiares com o objetivo de melhor compreender o funcionamento e a dinâmica nesses mercados. Para cumprir esta finalidade a pesquisa se caracteriza como descritiva, exploratória com o suporte das técnicas qualitativas, visando proporcionar uma interpretação para um fenômeno proveniente da construção desses mercados e assim ampliando a compreensão, segundo destaca Gressler (2007), de uma realidade específica em que os significados são relacionados a um determinado contexto. E uso da técnica quantitativa, como complemento da análise qualitativa, que proporcionará quantificar os dados através da aplicação de técnicas estatísticas (Malhotra, 2006).

Para tanto, propôs-se inicialmente a adoção da técnica de coleta de dados do tipo *survey*. O instrumento adotado foi um questionário, contemplando questões fechadas, este foi aplicado por meio do uso de aparelhos celulares a dois grupos de agricultores familiares dos Assentamentos Nova Era, localizado em no entorno de Campo Grande, distante aproximadamente 32 km e Eldorado I, localizado a 70 km da capital do estado, Campo Grande, e que comercializam seus alimentos.

No que tange a amostra de agricultores familiares, este quesito foi o mais desafiador da investigação. Pois, a partir de um levantamento feito tanto nos sites das instituições como por contato telefônico com o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA), Superintendência Regional de MS, Secretaria de Estado de Meio Ambiente, Desenvolvimento, Ciência, Tecnologia e Inovação (SEMADESC) e Agência de Desenvolvimento Agrário e Extensão Rural (Agraer), órgão vinculado a esta secretaria, não existem dados oficiais sobre a quantidade de agricultores familiares residentes nestes assentamentos que comercializam sua produção e demais gêneros alimentícios.

Desta forma, a estratégia adotada foi o estabelecimento de contato telefônico junto às lideranças destes assentamentos, para apresentar o projeto, solicitar dados e mobilizar os agricultores produtores de hortifrúti e olericultura também conhecida como FLVs. Essas lideranças são representadas atualmente por duas mulheres que ocupam os cargos de presidentes das Associações, são elas: Associação de Pequenos Produtores Rurais do Nova Era e Associação Dorcelina Folador das Trabalhadoras Rurais de Mato Grosso do Sul. Cabe registrar que estas associações se configuram como redes sociais construídas e se tornaram um importante mecanismo comercialização e promoção do comércio justo e inclusão social.

Os dados coletados revelaram que trinta famílias de agricultores residem no Assentamento Nova Era, destes, somente doze comercializam hortifrúti e olericultura, tanto por intermédio da Associação, como de forma individual. Quanto ao tamanho da amostra foi possível entrevistar e aplicar o questionário à totalidade do grupo. Ou seja, obteve-se participação de 100% da população. Entretanto, outra realidade foi verificada no Assentamento Eldorado I, as informações coletadas apontaram que para este, atualmente seiscentas e quatorze famílias de agricultores residem e conforme informações da presidente da Associação em torno de sessenta produzem alimentos e demais gêneros alimentícios e destes, aproximadamente trinta produzem olericultura e fruticultura, objeto desta pesquisa. Para este assentamento adotou-se a técnica amostral do tipo “*bola de neve*”, também conhecida na literatura como “*snowball*”. Tal técnica se apoia no suporte dos informantes-chaves, que apontam demais atores do mesmo grupo e perfil amostral (Vinuto, 2014). Logo, como uma sequência, os entrevistados vão indicando demais atores e assim sucessivamente, até que se perceba a saturação das respostas, ou seja, até o estabelecimento da percepção de que não há mais novas informações

para compor o quadro de análise amostral (Vinuto, 2014). Desta forma, a amostra para este assentamento foi composta por quinze agricultores familiares.

O roteiro das perguntas contemplou questões que envolveram características das unidades familiares, como número de membros, ocupação e renda principal, perfil socioeconômico, assim como foram levantados os principais alimentos e canais de comercialização acessados, tipologia dos mercados (Schneider, 2016), demais características a respeito do funcionamento desses mercados: dinâmicas de preços praticados, locais de comercialização, formas de acessos a estes mercados... Entre outras questões. As questões abrangem aspectos dos mercados agroalimentares discutidos na literatura como também abordadas na etapa anterior do presente artigo.

O questionário foi aplicado presencialmente, em março de 2024, e o mesmo foi disponibilizado através de um aplicativo para os dispositivos móveis, como os smartphones (*Open Data Kit Collect - ODK Collect*), permitindo seu uso mesmo sem conexão de internet ou dados móveis no momento da coleta. Este fato consistiu em uma cautela, haja vista que nestes assentamentos o acesso ao sinal de internet é limitado e de qualidade reduzida. Na sequência, após os dados coletados, estes foram enviados/transferidos, com uso da internet para um servidor on-line, que operacionalizou a gravação dos dados e a sistematização dos mesmos por meio de estatística descritiva, e com isso a elaboração de gráficos.

O acesso e as licenças para a ampla utilização da ferramenta operacional (*ODK Collect*) se deram em virtude de uma parceria entre pesquisadores de duas instituições de ensino superior por meio da execução de dois projetos de pesquisa em rede, no qual os respectivos coordenadores dos projetos fazem parte mutuamente. Visando a garantia da correta aplicação e posterior interpretação dos dados foram realizadas várias oficinas em conjunto com a finalidade de capacitar todos os membros dos projetos de pesquisa.

Outro procedimento adotado para a coleta de dados, consistiu na técnica de *observação direta intensiva*, a qual se aplica por meio da contato visual, do olhar atento do/a pesquisador/a que a todo momento reconhece pormenores presentes nas falas dos atores, no ambiente que circunda, isto é, naquilo que é sentido e percebido (Medeiros, 2008).

Por fim, a outra técnica adotada foram as entrevistas semiestruturadas aos atores chaves envolvidos no processo de comercialização, visando captar informações sobre como funcionam estes mercados, além da realização da técnica de observação participante *in loco*. As análises e interpretações foram realizadas por meio da técnica de Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), a qual permitiu a compreensão a respeito de como se articulam os agricultores familiares no que tange ao acesso e construção dos mercados sociais, das dinâmicas de comercialização e demais processos inerentes a estas manifestações coletivas.

Logo, os dados coletados permitiram o cruzamento e demais análises de estatística descritivas, que serviram de suporte para a elaboração de um mapeamento dos canais de comercialização e tipologia dos mercados acessados pelos agricultores, acompanhadas de análises comparativas, verificando oportunidades e fragilidades, semelhanças e diferenças entre os assentamentos à luz das teorias que discorrem sobre o funcionamento e estrutura da comercialização de produtos da agricultura familiar nos mercados alimentares.

4. Apresentação dos Resultados

Esta seção tem como finalidade atender a investigação proposta e destacar, de forma breve, como se deu a emergência da agricultura familiar no contexto dos Projetos da Reforma Agrária em Mato Grosso do Sul, assim como apresentar e analisar, sob a ótica dos canais e dinâmicas de comercialização os “achados da pesquisa” detectados a partir da incursão aos Assentamentos Nova Era e Eldorado I.

4.1 A emergência da agricultura familiar no contexto da Reforma Agrária em Mato Grosso do Sul

Em diferentes momentos da história do Brasil e nas distintas regiões, incluindo a macrorregião Centro-Oeste foram planejados os Programas de Colonização no Brasil, estes que além de atenderem a emergência de abastecer a demanda por alimentos, promoviam a ocupação de grandes áreas que se encontravam “vazias”. A busca pela sustentabilidade dos recursos naturais, pelo desenvolvimento sustentável, comércio justo, inclusão social e a promoção das atividades econômicas por meio da comercialização de alimentos, dentre outros fatores, se tornaram elementos norteadores dos processos à favor da construção de projetos de assentamento da Reforma Agrária em todo o país conduzidos pelo INCRA. Em Mato Grosso do Sul esta realidade não foi diferente (Sanches; Marques, 2013).

Com isso, a deflagração do processo de Reforma Agrária no Mato Grosso do Sul ocorreu em função da articulação dos movimentos sociais rurais haja vista a elevada concentração fundiária (Le Bourlegat, 2000). Ainda para a mesma autora, esta aponta que o estabelecimento da agricultura familiar no estado de Mato Grosso do Sul emergiu fundamentalmente nos ambientes denominados de “colonização dirigida” através do processo de povoamento, nos assentamentos da Reforma Agrária e em meio às comunidades tradicionais, quilombolas, ribeirinhas, indígenas e de pescadores.

Corroborando esta conjuntura, a agricultura familiar de Mato Grosso do Sul, de forma contrária ao movimento estabelecido no Brasil, em que revelou uma redução na ordem de 10,7% quando comparados aos resultados do Censo Agropecuário de 2006, apresentou um crescimento de 9,7% no Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2019). Contudo, de acordo com o IBGE (2019), apesar deste cenário, os dados apontam que a categoria da agricultura familiar é a que menos contribui com a participação na economia local, quando comparada aos demais estados do Brasil. Não obstante represente 60,7% das unidades rurais mapeadas no estado, seu Valor Bruto de Produção (VBP) contribui apenas com 6,0% e desta forma ratificando, segundo o IBGE (2019), o posto de ser o estado que apresenta a maior concentração de terras do Brasil. Outra característica marcante, igualmente revelada pelo último Censo Agropecuário realizado em 2017, refere-se ao destaque da principal atividade econômica desempenhada pela agricultura familiar, a criação de gado, esta que ocupa 26.473 unidades rurais, acompanhada das lavouras de soja, cultivadas em 3.037 unidades rurais.

Por outro lado, o Estado tem se destacado em relação a aquisição de alimentos provenientes da agricultura familiar pelas escolas públicas. Os registros são inseridos pelos gestores públicos municipais e estaduais, que são os responsáveis pela execução local do PNAE e foram compilados pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE). A planilha relativa ao ano de 2022 indicou que para a capital do estado, Campo Grande, o valor transferido pelo FNDE foi na ordem de R\$ 11.080.606, 00 e o valor das aquisições da agricultura familiar foi de R\$ 5.214.711,48, correspondendo a um percentual de 47,06%; já para o município de Sidrolândia, o valor transferido pelo FNDE foi de R\$ 387.434,05 e o valor das aquisições da agricultura familiar foi de R\$ 419.793,59, que de forma surpreendente representa 100% ou mais (FNDE, 2024).

Os dados de MS, divulgados pelo FNDE (2024), evidenciam a força e magnitude da produção da agricultura familiar, que contribui com mais da metade dos alimentos, sendo eles frescos e saudáveis, utilizados na merenda escolar fornecida aos alunos da rede pública de ensino. Com isso, o acesso dos agricultores familiares aos mercados institucionais colabora decisivamente com a garantia da geração de renda, o comércio justo e sustentável, a inclusão social e o fortalecimento das economias locais e especialmente com a oferta de alimentos seguros e mais nutritivos.

4.2 Assentamento Nova Era e Assentamento Eldorado I

A presente investigação elegeu como objeto de estudo o processo de colonização e Reforma Agrária nos Projetos de Assentamento Nova Era, em Campo Grande e Eldorado I, localizado em Sidrolândia, no MS. Tais manifestações foram marcadas por diferentes fases, distintos movimentos sociais no campo e diferentes ações em busca de terra, assim como foram fortemente protagonizados pelos agricultores familiares ao longo de suas trajetórias de vida.

O Projeto de Assentamento Nova Era foi criado no ano de 2001 a partir da fazenda Cerro Porã, que teve suas terras desapropriadas e divididas em lotes e posteriormente comercializadas junto aos agricultores familiares através do mecanismo de crédito fundiário, o extinto programa denominado Banco da Terra, atualmente conhecido como Programa Nacional de Crédito Fundiário (PNCF). O assentamento está localizado no município de Campo Grande, a aproximadamente 32 km de distância do centro urbano e próximo à divisa com o município de Terenos, fato este que gera divergência de informações quanto a sua localização e conflitos por parte dos governos municipais no que se refere às responsabilidades de garantia de assistência técnica e extensão rural, conforme relatos dos entrevistados. Concomitantemente à sua criação, surgiu a Associação dos Pequenos Produtores Rurais do Assentamento Nova Era contando com 30 agricultores residentes neste Assentamento.

As entrevistas com os atores-chaves informaram que a Associação se configura como um divisor de águas no que se refere à promoção e fortalecimento da agricultura familiar, no âmbito da Reforma Agrária. Esta surgiu a partir do imperativo de se instituir uma estrutura organizada que pudesse disponibilizar uma gama de serviços e suporte aos agricultores familiares, com a finalidade de promover o desenvolvimento econômico e o progresso socioambiental e cultural de seus membros associados. Muitos aspectos socioeconômicos e de infraestrutura colocados pelos atores-chaves durante as entrevistas, foram interpretados, a partir da análise de conteúdo realizada, como graves, relevantes e desafiadores, especialmente quando analisados sob o suporte das teorias da construção dos mercados alimentares e canais de comercialização e com isso refletindo diretamente nos tipos e na diversificação dos canais acessados.

A começar pelos elementos básicos de sobrevivência, produção, infraestrutura e permanência nos lotes: **I) acesso à água potável:** que ocorre através do uso coletivo de um poço artesiano. Fato este que impõe uma restrição de consumo e acima de tudo a manifestação de uma conduta e pensamento coletivo. **II) regularidade nos serviços de distribuição de energia elétrica:** o fornecimento de energia elétrica, após o processo de privatização e concessão dos serviços por um grupo privado, é precário, segundo todos os agricultores, a qualquer mudança nas condições climáticas, como chuvas acompanhadas de ventos, o serviço é interrompido e levando, em muitas vezes, até quatro dias para o restabelecimento. A ausência de energia elétrica vai muito além dos desconfortos gerados, esta é causadora das perdas dos alimentos, e da falha no abastecimento de água, uma vez que se faz necessário o uso de bombas elétricas para a captação da água tanto para o consumo quanto para ser utilizada na irrigação das culturas. Outro ponto se mostrou grave: a exposição ao risco de morte, pois muitos agricultores, diante dos prejuízos acumulados após 24 horas sem energia colocam sua própria vida em risco iminente, subindo nos postes para, de forma amadora e arriscada, sem nenhum equipamento de proteção e segurança, fazerem a religação da chave do fusível para o restabelecimento da energia; **III) logística:** a distância em relação à cidade associada ao acesso precário das estradas e a escassez de manutenção das mesmas. Quando se deflagra o período das chuvas, torna-se quase impossível o deslocamento a partir de seus lotes, uma vez que as crateras e a lama se formam sob o chão, impedindo assim qualquer forma de se transitar. Esta situação foi relatada por todos, assim como a falta de recursos para a aquisição de equipamentos que garantam o correto armazenamento e o acondicionamento dos alimentos. **IV) O uso de**

pesticidas para combater as pragas versus os riscos e danos à saúde: Os entrevistados relataram que a origem principal de suas perdas são as pragas, em especial a “mosca branca”, seguida das mudanças climáticas. No que tange ao amplo uso dos agrotóxicos, foi relatado por dois agricultores que estes se encontravam em fase final da etapa de tratamento através do procedimento de quimioterapia para combater os diferentes tipos de carcinomas já manifestados. Ambos foram categóricos em afirmar que tal acometimento foi em decorrência da exposição e uso de agrotóxicos para evitar perdas maiores em suas culturas e que somente após a manifestação da doença perceberam a importância da conversão para técnicas sustentáveis de produção. Por fim, **V) o papel desempenhado pelas mulheres:** Um ponto comum e de emoção durante as entrevistas foi o total e unânime reconhecimento da ativa participação das mulheres em todas as etapas: desde a produção, beneficiamento, negociação e comercialização dos alimentos. Os agricultores reconheceram deliberadamente que suas funções vão muito além das tarefas domésticas executadas por elas. As agricultoras se destacam por estar à frente de todas as demandas, desde a plantação, armazenamento, processamento, distribuição, “negociação” e comercialização dos alimentos. São elas as detentoras do “saber fazer”, as responsáveis pela manutenção e permanência nas moradias rurais e especialmente são elas a estabelecer os diálogos, a negociar junto aos canais de comercialização. Para Fanzo *et al.* (2020), além de configurarem como força de trabalho, as mulheres são consideradas “guardiãs” dos afazeres e práticas no âmbito dos sistemas alimentares e para o sustento de toda família. Quando inseridas em contextos favoráveis de coconstrução e coprodução, de forma livre e dotadas de informações, as mulheres têm demonstrado capacidade de se organizar, dialogar, apontar desafios e desenhar coletivamente cenários futuros desejáveis (Matte *et al.*, 2021)

Neste sentido, estes cinco fatores mostraram-se como determinantes imperiosos e emergentes para a obtenção de sucesso ou de fracasso no desenvolvimento das suas atividades de produção e abastecimento/comercialização de alimentos. Cabe ainda destacar que duas questões colocadas configuram-se como promotoras de fortes impactos na produção e comercialização, sendo elas a regularidade do serviço de energia elétrica e as mudanças climáticas. Tais questões vem ao encontro e dialogam com o que já é amplamente discutido no Norte global, o nexus: água, alimento e energia. Hoff (2011), traz a discussão de uma abordagem integrando em gestão e governança em escala global e local, a água, a energia e a segurança alimentar ou *Water, Energy and Food Security (WEF)* ou *FEW Nexus* com a proposta de construir sinergias e reduzir os *trade-offs* setoriais, ou seja, trabalhando as três questões em conjunto sem priorizar uma, pois, como se observou nos relatos da presente pesquisa, há uma certa interdependência entre a produção de alimentos, água e energia.

Por fim, do total de entrevistados, apenas um afirmou ser produtor de alimentos orgânicos, inclusive fez questão de enviar pelo celular o documento, um certificado de conformidade atestando ser auditado e certificado pelo Instituto Biodinâmico (IBD) para a sua produção, sendo ela a partir do cultivo de frutas, verduras e legumes. Tal situação, conforme enaltecida por ele em sua entrevista, garante um *status* maior de confiança e reputação junto aos seus consumidores, além de assegurar melhores e mais justos preços, haja vista a garantia de procedência e da promoção de alimentos mais seguros e saudáveis. Já quanto aos canais de comercialização acessados, os dados coletados revelaram que os mercados institucionais, promovidos pelo PNAE e PAA mostraram-se como os regularmente mais acessados por praticamente todo o grupo de agricultores do Assentamento Nova Era, uma vez que questões como logística de entrega, satisfação pelo preço estabelecido e conseqüentemente a garantia do recebimento, se configurarem como elementos decisivos e motivadores para a manutenção deste canal.

O Projeto de Assentamento do Complexo Eldorado, criado em 2005 pelo Incra, por meio do Território da Cidadania – da Reforma, encontra-se distante aproximadamente 30 km de Sidrolândia e 70 km de Campo Grande. É constituído pelos grupos Eldorado II com 777 lotes, Eldorado Parte (FETAGRI) com 847 lotes, Alambari's FAF, Fetagri e CUT com 680 lotes e Eldorado I (MST e independentes) com 640 lotes; todos os assentamentos localizados dentro da antiga Fazenda Eldorado, perfazendo um total de 28.498,87 ha (Assunção e Bernardelli, 2017). Neste estudo a investigação recai somente sobre o Projeto de Assentamento Eldorado I, que abriga, conforme dados do INCRA(2017), 640 lotes, mas conta com 614 agricultores familiares assentados em uma área de 9.972,12 ha, distribuídos em lotes que variam entre 8 a 12ha. Neste assentamento, a Associação Dorcelina Folador das Trabalhadoras Rurais foi criada no ano de 2012, e hoje conta com 78 associadas. Destas, segundo as entrevistas realizadas em torno de 30 produzem hortifrútis e olericultura. Os principais produtos produzidos são: mandioca, hortaliças, verduras, quiabo, abóbora, abacate, banana e pequi.

Os principais pontos colocados pelos entrevistados também abarcaram os aspectos de **logística, infraestrutura e condições socioeconômicas**. Ou seja, a realidade e os desafios presentes no Eldorado I são semelhantes ao Nova Era. Os agricultores foram unânimes em suas queixas quanto às estradas, estas que se apresentam totalmente precárias e em péssimas condições, dificultando o tráfego na região e consequentemente se tornando o maior obstáculo para o escoamento da sua produção especialmente em períodos de chuva, deixando-os isolados, sem terem como sair de seus lotes e acarretando, muitas vezes, na perda da produção. Outro problema compartilhado pela maioria dos agricultores, é a ausência de equipamentos e maquinários necessários para auxiliarem em suas plantações. Devido a essa ausência, eles não conseguem ampliar suas produções.

Somado a estes fatores, os agricultores ainda sofrem com a ausência de regularidade de assistência técnica e recursos para a correção do solo por parte do governo. Os entrevistados apontaram que apenas quando eles se dirigem até a Agraer é que recebem orientação. Situação diferente em relação ao Senar, que se faz presente com maior regularidade proporcionando um melhor direcionamento e capacitação a estes. Quanto aos recursos, existe apenas um único trator da Associação, que atende a todos os associados de forma compartilhada e parcial frente às necessidades relativas ao tratamento do solo e cultivo dos alimentos. Fator este que também contribui com uma condição de vulnerabilidade na cadeia de abastecimento e no direcionamento dos possíveis canais de comercialização a serem acessados. Outra questão relevante relacionada a produção e comercialização consiste na dificuldade de obtenção de financiamentos. A partir das análises dos dados, compreende-se que os problemas/adversidades de ordem técnica, econômica e sociais inviabilizam uma produção em maior e mais variada, assim como também acesso mais amplo e mais diversificado aos canais de comercialização. Por outro lado, sob a forma de contraponto a estas dificuldades, igualmente neste assentamento as mulheres também se mostram aguerridas, determinadas, resilientes, “fazem não só a diferença, como fazem acontecer”, emergem como “guardiãs” das melhores práticas, iniciativas e ainda presentes nas dinâmicas de produção, abastecimento, negociação por meio do poder de diálogo e comercialização.

Logo, a partir da incursão à campo aos dois Projetos de Assentamento é possível inferir que ambos emergem de um contexto repleto de adversidades, caracterizada pela ausência do Estado e de políticas públicas direcionadas à infraestrutura, produção e comercialização. Com isso é visível o impacto e a repercussão negativos destes fatores quando associados a uma realidade socioeconômica em que se deflagram processos como envelhecimento dos agricultores, ausência de oportunidades de trabalho aos jovens levando-os a se mudarem para os centros urbanos, dificuldade de obtenção de créditos para investimento e custeio, assistência técnica e extensão rural aquém do necessário, carência de infraestrutura e isolamento dos lotes.

Por fim, os agricultores familiares dos assentamentos que resistem, de forma contínua e persistente, a este conjunto de manifestações de ineficiência das políticas públicas buscam, através da cooperação, solidariedade e resiliência, mecanismos para se manterem ativos nos mercados alimentares, produzindo e comercializando seus produtos e conjugando-os à diversificação dos canais de comercialização e em busca de maior autonomia, comércio justo e inclusão social.

4.3. Mercados dos agricultores familiares de assentamentos do MS: tipologia e canais de comercialização

Os tipos de mercados que os agricultores familiares se inserem permitem que possam diversificar mais tendo mais mercados diferentes ou uma maior dependência em poucos ou algumas vezes até de um único mercado. A Figura é composta por dois gráficos que mostram os tipos de mercados e o canal de comercialização principal relatado pelos 27 entrevistados que compõem os dois assentamentos pesquisados.

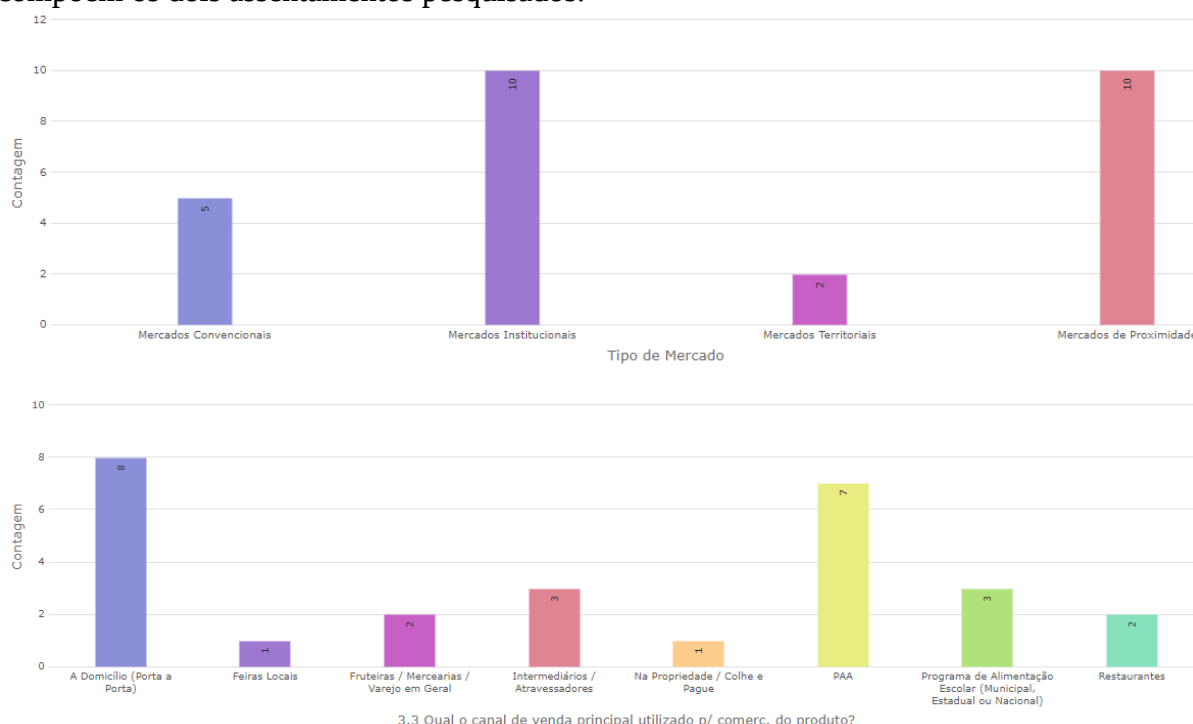


Figura 1: Tipos de mercados (acima) e abaixo o Canal de venda principal utilizado
Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Conforme verificado na Figura 1, os mercados institucionais e mercados de proximidade se destacam com 10 entrevistados cada compondo assim, os dois tipos de mercado, a soma de 20 entrevistados dos 27, ou seja, 74 % do total. Os dados do FNDE (2024) mostram que as prefeituras dos municípios que estão localizados os assentamentos inclusive estão comprando acima dos 30% determinados pela Lei (Brasil, 2009) que até mesmo prioriza as compras de assentados da reforma agrária e outros grupos mais vulneráveis dentro da agricultura familiar (Brasil, 2006). No que se refere aos mercados de proximidade, é uma venda direta no nível local e pode usar de diferentes canais de comercialização (Schneider, 2016).

Na Figura 1 os canais de comercialização informados como principais pelos agricultores familiares são em primeiro lugar “a domicílio (porta a porta)” com 8 respondentes e em segundo o PAA. Assim, essa diversificação de canais evita o que Silva e Silva (2011), apontavam que embora os mercados institucionais proporcionem um canal de comercialização para os

agricultores, é necessário que os agricultores busquem uma diversificação e não fiquem “presos” às políticas públicas. O destaque da comercialização à domicílio dialoga e se enquadra no que Marsden, Banks e Bristow (2000), identificam como uma cadeia curta, face a face, no qual a venda pode ser, por exemplo, direta na propriedade ou na beira da estrada, sem intermediários. Assim, as cadeias curtas são novas possibilidades de mercados especialmente para a agricultura familiar (Souza, Fornazier; Delgrossi, 2020).

Em relação ao produto que gera mais renda 17 respondentes dos 27 informaram que é a olericultura diversificada. Assim, verifica-se que os agricultores produzem e comercializam mais um grupo de culturas que muitas vezes chamam de hortaliças e envolvem folhas, frutos, raízes, caules, até tubérculos, como a mandioca, entre outros. Normalmente culturas de ciclo mais curto e que também podem ser produzidas em menores áreas. Conforme o MAPA (2022), dentre os segmentos de destaque na produção da agricultura familiar está incluído as hortaliças, assim como outras culturas e criações.

O Quadro 2 mostra o número de canais de comercialização utilizados pelo principal produto declarado. Os canais de comercialização estão descritos, por exemplo, no Quadro 1 (Schneider, 2016) apresentando em seção anterior. Assim, um mesmo produto o agricultor pode comercializar em diversos canais.

Quadro 2: Principal produto x número de canais de comercialização

	Q 03 02	1	2	3	4	5	6	9	Total
		Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem
1	Aves - Corte			1					1
2	Aves - Postura	1							1
3	Bovinos - Leite	2							2
4	Fruticultura - Banana	1							1
5	Fruticultura in Natura						1		1
6	Milho	1	1						2
7	Olericultura Diversificada	3	6	2	4	1		1	17
8	Quiabo			1					1
9	Suínos				1				1
	Total Geral	8	7	4	5	1	1	1	27

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Conforme o Quadro 2, é de se destacar que dos 17 agricultores familiares apenas 3 comercializam em apenas um canal, ou seja, a maioria comercializa em mais de um canal. Wilkinson (2002), já relatava que os agricultores diferenciam sua participação nos mercados e também suas formas e locais de funcionamento.

O Quadro 3 mostra a relação da receita/renda gerada pelo canal de comercialização majoritário declarada pelos agricultores em uma escala de satisfação.

Quadro 3: relação da receita/renda gerada pelo canal de comercialização majoritário

	3.6.3 A receita/renda gerada pelo canal de comercialização majoritário	Contagem
1	1 - Muito Baixa	1
2	2 - Baixa	6
3	3 - Média	13
4	4 - Alta	7
	Total Geral	27

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

No Quadro 3 verifica-se que praticamente 50% dos entrevistados ou mais precisamente 48% relataram que a satisfação em relação a receita/renda gerada pelo canal de comercialização majoritário é média. Assim, uma interpretação é que também não dependem exclusivamente sua renda desse canal de comercialização. Canellas e Alves (2017), abordam sobre a importância da diversificação nos canais de comercialização para a sustentabilidade do negócio e o desenvolvimento de capacidades próprias.

Uma dificuldade destacada dos agricultores em acessarem os mercados é a infraestrutura, como a condição das estradas, conforme melhor detalhado anteriormente. No questionamento “As condições de trafegabilidade das vias utilizadas” 18 dos 27 respondentes afirmaram possuir uma satisfação “muito baixa”. Assim, é importante também sob a ótica da construção de políticas públicas o planejamento de ações em busca de melhorias na infraestrutura, seja de uso comum com estradas, seja também outras infraestruturas, como o financiamento de equipamentos, maquinários e unidades de agroindustrialização. Dobbins, França e Moretti (2012), relatam que os assentamentos do MS apresentam obstáculos de ordem topográficas e pedológicas, ou seja, algumas vezes áreas degradadas, de difícil acesso e com estradas em certos períodos intransitáveis, como relatadas na pesquisa, todas estas dificultam ainda mais os agricultores acessarem os mercados alimentares, sejam eles transportando seus produtos até os mercados, ou os consumidores se deslocando até os lotes para realizarem suas compras.

5 Considerações Finais

O que se denomina de “mercados” na economia pode variar conforme a abordagem, por exemplo, de uma abordagem mais estática para uma abordagem a qual também são analisadas o enraizamento de relações sociais entre os próprios agricultores, intermediários e consumidores, entre outras características, além de simplesmente uma relação perfeita de equilíbrio de preços entre oferta e demanda.

Especialmente na agricultura familiar pode ocorrer uma diversidade de relações de mercado, por exemplo, em diferentes canais de comercialização e alguns agricultores serem mais dependentes de determinados mercados que outros. A busca de melhores condições de comercialização é importante para que os agricultores possam obter mais recursos financeiros e pelo lado da demanda também é uma possibilidade dos consumidores conhecerem mais a diversidade dos produtos, especialmente aqueles provenientes da agricultura familiar, da reforma agrária, etc. Assim, o objetivo da pesquisa consistiu em analisar a estrutura, a dinâmica de funcionamento dos mercados em dois assentamentos do Mato Grosso do Sul para compreender quais são os canais de comercialização e desenvolver uma tipologia dos mercados que estes atores sociais acessam.

Os resultados evidenciam a predominância de mercados locais dentro das chamadas cadeias curtas que envolvem mercados de proximidade e mercados institucionais conforme a tipologia de Schneider (2016), a predominância em canais de comercialização como “a domicílio (porta a porta)” e também para as compras públicas como o PAA, PNAE respectivamente. Entre os produtos, a olericultura diversificada predomina, a qual os agricultores procuram diversos canais para comercializar sua produção, ou seja, buscam não ficarem dependentes de poucos compradores. Algumas dificuldades foram relatadas nesse acesso aos mercados, por exemplo, problemas no fornecimento de energia elétrica que inclusive dificulta a produção, pois, a mesma é necessária para o bombeamento de água para a irrigação e também para armazenamento e refrigeração dos produtos. Tal fato impacta diretamente na comercialização dos alimentos.

Outras condições como o acesso às propriedades e a trafegabilidade, dadas as péssimas condições das estradas, revelam a necessidade de ampliação e de serem mais ajustadas políticas públicas tanto de infraestrutura quanto alimentar visando o fortalecimento das relações entre produção e comercialização. Associada a estes fatores, questões como faixa etária avançada dos agricultores, ausência de jovens, falta de capacidade de investimentos e de assistência técnica adequada, ausência de apoio governamental, dificuldades para obtenção de financiamentos e demais conflitos sociais configuram-se como grandes vulnerabilidades, destacando-se como centrais e decisivas para o planejamento da produção, comercialização, práticas de comércio justo, inclusão social e acesso a mais e melhores mercados.

Quanto às limitações da pesquisa, registra-se que a mesma ocorreu até o momento em dois assentamentos do MS, totalizando 27 agricultores/as. Neste sentido, entende-se que expandir essa amostra poderia permitir melhor compreender novas estratégias de acesso aos mercados alimentares, especialmente dos agricultores assentados no MS. Mas, por outro lado, entende-se que recursos como tempo e financeiro são limitados, impondo com isso uma restrição natural e inerente ao processo, não obstante suavizar estas questões torna-se um desafio a ser superado nas próximas investigações.

Para futuras pesquisas sugere-se a abordagem da diversidade de estratégias dos agricultores familiares em acessarem outros mercados, por meio da diversificação de produtos, culturas e sazonalidade da produção, assim como o avanço nas estratégias de agroindustrialização. Outra sugestão consiste na proposição de políticas públicas no que tange o estímulo e o fortalecimento à comercialização e especialmente em ações para mitigar perdas e desperdícios na cadeia de abastecimento alimentar proveniente dos agricultores familiares. Por fim, entende-se como bem-vindas propostas de novas agendas de investigações que analisem os mercados acessados pelos agricultores familiares dos assentamentos não apenas como preferências, mas também como construções sociais.

Agradecimentos

Agradecimento especial às/aos agricultoras/es que disponibilizaram o seu tempo e experiência para compartilhar as informações para a presente pesquisa. Agradecimentos também ao professor Sergio Schneider (UFRGS) coordenador do Projeto “Políticas Públicas e Inovações para a Construção de Mais e Melhores Mercados para os Agricultores Familiares do Brasil – Criação da Rede de Pesquisas sobre Mercados” pela disponibilização do questionário eletrônico desenvolvido no App ODK Collect e à equipe do projeto pelo treinamento e orientação na aplicação dos questionários.

Financiamento

A pesquisa contou com o financiamento da Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia do Estado de Mato Grosso do Sul (FUNDECT), Edital 26/2023, através do Projeto “Canais de comercialização nos Assentamentos da Reforma Agrária em Mato Grosso do Sul: Construção dos acessos, dinâmicas, estratégias e autonomia de mercado” coordenado pela professora Christiane M. Pitaluga (UFMS).

Referências

Assunção, A. S.; Bernardelli, M. L. F. H. Educação popular e educação do/no campo: perspectivas para uma educação inclusiva – a Escola Família Agrícola em Sidrolândia - MS. **Rev. Bras. Educ. Camp.**, Tocantinópolis, v. 2, n. 1, p. 294-322, 2017. doi: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2525-4863.2017v2n1p294>

BRASIL, N. S. Mercados imersos: uma nova abordagem sobre a construção social dos mercados. **Tese (Doutorado)** Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de

Ciências Econômicas, Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Rural, Porto Alegre, BR- RS, 2019.

CANELLAS, J. M.; ALVES, C. E.S. Caracterização das cadeias curtas de abastecimento de alimentos. **Enciclopédia Biosfera**, Centro Científico Conhecer - Goiânia, v.14 n.25; 2017.

CHIFFOLEAU, Y. Les circuits courts de commercialisation en agriculture: diversité et enjeux pour le développement durable. In: **Les circuits courts alimentaires: bien manger dans les territoires**, Gilles Maréchal (org). Dijon, Éducagri, 2017, p.21-30.

Competências Digitais para Agricultura Familiar (CoDAF). A importância da Agricultura Familiar. Disponível em: <http://codaf.tupa.unesp.br/agricultura-familiar/a-importancia-da-agricultura-familiar>

Dados da agricultura familiar. **Fundo Nacional de Desenvolvimento Escolar – FNDE**, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/fnde/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programas/pnae/consultas/pnae-dados-da-agricultura-familiar>

DIAS, J. M.; ENDE, M. V. Os mercados e canais de comercialização de frutas e hortaliças na região central do Rio Grande do Sul. In: BRANDÃO, J. B.; BLUME, R. **Do campo para os mercados: produção e comercialização de frutas, hortaliças e alimentos processados na Região Central do Rio grande do Sul**. Santa Maria: RS, Ed. UFSM, 2022. 232 p.

DOBBINS, O. O.; FRANÇA, A. C.; MORETTI, E. O projeto Pé de Serra e a atividade turística como forma de autonomia e inclusão dos assentados no entorno do Parque Nacional da Serra da Bodoquena –MS. **V SEREX – Seminário de Extensão Universitária da Região Centro Oeste**. 4 a 6 de junho de 2012. Universidade Federal de Goiás –Goiania - GO.

FANZO, J., HADDAD, L., MCLAREN, R. *et al.* The Food Systems Dashboard is a new tool to inform better food policy. **Nature Food** 1, 243–246. 2020. <https://doi.org/10.1038/s43016-020-0077-y>

GOODMAN, D. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. **Journal of Rural Studies**, v. 19, n. 1, p. 1-7, 2003. Disponível em: <https://www.infona.pl/resource/bwmeta1.element.elsevier-4be8fb2b-21b3-3eee-8fe7-078387ee0143>.

HOFF, H. **Understanding the Nexus**. Background Paper for the Bonn2011 Conference: The Water, Energy and Food Security Nexus. Stockholm Environment Institute, Stockholm, 2011. Disponível em: <https://www.sei.org/publications/understanding-the-nexus/>. Acesso em 22 de março de 2024.

Instituto Brasileiro de Estatística e Geografia – IBGE. **Censo Agropecuário 2017 - Resultados Definitivos**. Rio de Janeiro: IBGE, 2019. Disponível em: https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo_agro/resultadosagro/pdf/agricultura_familiar.pdf.

Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária – INCRA. Superintendência Regional de Mato Grosso do Sul –SR 16. **Assentamentos – Informações Gerais**. 31/12/2017. Disponível em: <https://painel.incra.gov.br/sistemas/Painel/ImprimirPainelAssentamentos.php?>

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. Tradução Sonia Midori Yamamoto; revisão técnica Iná Futino Barreto, Edson Crescitelli; coordenação de casos Iná Futino Barreto. -- 15. ed. -- São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

LE BOURLEGAT, C. A. **Mato Grosso do Sul e Campo Grande: Articulações Espaço-Temporais**. Universidade Estadual Paulista, 2000.

MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. **Food supply chain approaches: exploring their role in rural development**. *Sociologia ruralis*, v. 40, n. 4, p. 424-438, 2000.

MATTE, A. *et al.* A construção social dos mercados da pecuária familiar no sul do Rio Grande do Sul: o caso do cordeiro do território Alto Camaquã. In: CRUZ, Fabiana Thomé da; MATTE, Alessandra; SCHNEIDER, Sergio (Org). **Produção, consumo e abastecimento de alimentos:**

desafios e novas estratégias [recurso eletrônico]. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2016. Cap. 9, p. 195-202

MATTE, A. *et al.* Protagonismo feminino no meio rural: coprodução de conhecimentos entre mulheres agricultoras familiares. In: **Anais do 59º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER) & 6º Encontro Brasileiro de Pesquisadores em Cooperativismo (EBPC)**. Anais...Brasília(DF) UnB, 2021. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/soberebpc2021/343033-protagonismo-feminino-no-meio-rural--coproducao-de-conhecimentos-entre-mulheres-agricultoras-familiares>

MENDES, J. T. G., & PADILHA JUNIOR, J. B. (2007). **Agronegócio**: uma abordagem econômica. Pearson Prentice Hall.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). **Agricultura Familiar**: Afinal, o que é agricultura familiar? Acesse para conhecer essa atividade, responsável por boa parte dos alimentos que chegam à mesa dos brasileiros. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/agricultura-familiar/agricultura-familiar-1>.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO (MDA). Secretária da Agricultura Familiar. **Valor do Repasse FNDE por estado e município**. Ano 2015. Disponível em: <http://comunidades.mda.gov.br/portal/sal/arquivos/view/alimentação_escolar/catalogo-AF-e-AF-32587214.html>.

Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO). **Introducing the UN Decade of Family Farming**. Disponível em: <http://www.fao.org/family-farming-2014/pt/>

PICOLOTTO, E. L. **As mãos que alimentam a nação: agricultura familiar, sindicalismo e política**. Tese (Doutorado), Programa de Pós-graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, UFRRJ, 2011.

PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D. L. **Microeconomia**. Tradução Daniel Vieira, revisão técnica Edgard Merlo, Julio Pires. – 8. ed. – São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

PLOEG, J.D. VAN DER. O modo de produção camponês revisitado. In: SCHNEIDER, S. (org.) **A diversidade da agricultura familiar**. Porto Alegre: UFRGS, 2006, P. 13-54.

RENTING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. **Environment and Planning A**, v. 35, n. 3, p. 393–411, 2003. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1068/a3510>>.

SALVATE, N.; SCHNEIDER, S. Anatomia dos mercados imersos: proposta metodológica para o estudo dos mercados. In: Grisa, C.; Sabourin, L.; Eloy, E. [e] Maluf, R. S. (Orgs.) **Sistemas alimentares e territórios no Brasil** [recurso eletrônico]. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2022. 312 p.: pdf (Estudos Rurais)

SANCHES, R.S.R.; MARQUES, H.R. O multiculturalismo na agricultura familiar de Terenos, MS. **Multitemas**, Campo Grande, MS, n. 43, p. 67-86, jan./jun. 2013.

SCHNEIDER, S. Agricultura familiar e mercados. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. (Orgs.) **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre: UFRGS, 2016, p. 93-140.

SCHNEIDER, S. Mercados e Agricultura Familiar. In: Flávia Charão Marques; Marcelo Antônio Conterato; Sergio Schneider. (Org.). **Construção de Mercados e Agricultura Familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. 1ed. Porto Alegre: UFRGS, 2016, v. 1, p. 93-140.

SCHNEIDER, S.; ESCHER, F. **A contribuição de Karl Polanyi para a sociologia do desenvolvimento rural**. Sociologias (UFRGS), v. 13, p. 180-219, 2011.

SCHNEIDER, S.; FERRARI, D. L. Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar – o processo de relocalização da produção agroalimentar em Santa Catarina. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 17, n. 1, p. 56-71, 2015.

- SCHNEIDER, S.; PLOEG, J. D.; HEBINCK, P. Reconsidering the contribution of nested markets to rural development. In: HEBINCK, P.; PLOEG, J. D.; SCHNEIDER, S. (ed.). **Rural development and the construction of new markets**. Abingdon: Routledge, 2015.
- SILVA, M. e SILVA, S. **Para além do acesso: uma análise da relação entre mercados institucionais e empreendimentos de economia solidária no meio rural**. Mercado de Trabalho - conjuntura e análise, ano 16, n. 49, p. 87-93, nov. 2011. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3951/1/bmt49_econ04_paraalem.pdf>
- SOUZA, Amanda Borges de; FORNAZIER, Armando; DELGROSSI, Mauro Eduardo. Local food systems: potential for new market connections for family farming. **Ambiente & Sociedade (Online)**, v. 23, p. 1-20, 2020.
- VILPOUX, O. F.; CEREDA, M. P. Sustentabilidade ambiental em assentamentos do Mato Grosso do Sul. In: SAMBUICHI, R. H. R. [et al.]. **Políticas agroambientais e sustentabilidade: desafios, oportunidades e lições aprendidas**. – Brasília: Ipea, 2014. 273 p.
- VINUTO, Juliana. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, Campinas, v. 22, n. 44, p. 203-220, 2014. Disponível em: https://www.academia.edu/16320788/A_Amostragem_em_Bola_de_Neve_na_pesquisa_qualitativa_um_debate_em_aberto.
- WAQUIL, P. D.; MIELE, M.; SCHULTZ, G. **Mercados e comercialização de produtos agrícolas**. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2010. v. 1. 71p.
- WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar**. Porto Alegre: UFRGS, 2008.
- WILKINSON, J. Sociologia econômica, a teoria das convenções e o funcionamento dos mercados: inputs para analisar os micros e pequenos empreendimentos agroindustriais no Brasil. **Ensaio FEE**, 2002. vol. 23, n. 2, p. 805-824.