

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS  
BACHARELADO EM AGROECOLOGIA

PAMELLA MATTAR MIRA

**DESAFIOS E PERSPECTIVAS NA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS  
PROVENIENTES DE SISTEMAS AGROFLORESTAIS NO ESTADO DE SÃO  
PAULO**

ARARAS

2021

PAMELLA MATTAR MIRA

**DESAFIOS E PERSPECTIVAS NA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS  
PROVENIENTES DE SISTEMAS AGROFLORESTAIS NO ESTADO DE SÃO  
PAULO**

Trabalho de Conclusão de Curso  
submetido à Universidade Federal de  
São Carlos como parte dos requisitos  
necessários para a obtenção do Grau de  
Bacharel em Agroecologia. Sob a  
orientação do Professor Dr. Fernando  
Silveira Franco.

Araras

2021

PAMELLA MATTAR MIRA

**DESAFIOS E PERSPECTIVAS NA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS  
PROVENIENTES DE SISTEMAS AGROFLORESTAIS NO ESTADO DE SÃO  
PAULO**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Universidade Federal de São Carlos como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em Agroecologia. Sob a orientação do Professor Dr. Fernando Silveira Franco.

Araras, 12 de janeiro de 2021.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Fernando Silveira Franco

Orientador

---

Pesquisador Dr. Luiz Octávio Ramos Filho

Co-orientador

---

Pesquisador Dr. Marcos Corrêa Neves.

Membro da Banca

## DEDICATÓRIA

“Estamos diante de um momento crítico na história da Terra, numa época em que a humanidade deve escolher seu futuro. À medida que o mundo torna-se cada vez mais interdependente e frágil, o futuro enfrenta, ao mesmo tempo, grandes perigos e grandes promessas. Para seguir adiante, devemos reconhecer que, no meio de uma magnífica diversidade de culturas e formas de vida, somos uma família humana e uma comunidade terrestre com um destino comum. Devemos somar forças para gerar uma sociedade sustentável global baseada no respeito pela natureza, nos direitos humanos universais, na justiça econômica e numa cultura da paz. Para chegar a este propósito, é imperativo que nós, os povos da Terra, declaremos nossa responsabilidade uns para com os outros, com a grande comunidade da vida, e com as futuras gerações”  
(A Carta da Terra, 2002).

Dedico este trabalho à minha família, amigos e aos agricultores familiares que me inspiram a cuidar da natureza e cultivar a terra com amor.

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente à Deus, por permitir a existência do todo, e aos meus pais Odette e Márcio, por todo o carinho e apoio nas decisões que tomei na minha vida desde meus primeiros passos, que sempre acreditaram em mim e que me ensinaram a questionar sempre e a manter essa postura curiosa sobre as grandes questões da vida. Pai e Mãe, sem vocês nada seria possível.

À UFSCar e a todos os envolvidos responsáveis pela minha formação como cidadã, através de seu potencial de ensino, experiências e desenvolvimento de ideias.

Às todas as pessoas com as quais eu dividi momentos ao longo desses seis anos: Xupeta (em memória), Djow, Lua, Nad, Dora, Vitória, Rama e Marina, por terem compartilhado tantas coisas comigo nessa rotina universitária. Agradeço especialmente a quem compartilhei o mesmo quarto, vida e sala de aula por 4 anos, Natália, a grande amiga que a UFSCar me deu e que vou levar para a vida toda. E claro, às 11 meninas com as quais morei no último ano da graduação e que me acompanham até hoje me ensinando o real significado de UNIÃO, República Curtisso.

À toda equipe da Embrapa Meio Ambiente, aos pesquisadores e estagiários com os quais compartilhei uma rotina de trabalho muito agradável, mas principalmente agradeço ao Marquinhos e Joel, pessoas as quais me guiaram e aconselharam durante a construção deste trabalho.

Aos meus orientadores, Fernandinho e Tavico, por serem ótimos educadores e por compartilharem comigo um pouco desse vasto conhecimento, por fazerem a diferença no mundo com seus olhares humanos.

A todos os agricultores e agricultoras que passaram em minha vida. Agradeço todo o aprendizado que tive com os estes que continuam a semear a vida dia após dia, ano após ano. Aos que acreditam nos sistemas agroflorestais, na produção agroecológica e que geram vida a partir do trabalho na terra.

E, por fim, ao meu companheiro nesses cinco anos e meio, Joao Pedro, pelo seu amor incondicional e parceria. Palavras não são suficientes para descrever o quanto você me apoiou e incentivou nesses anos todos.

## RESUMO

Para a agricultura familiar, o escoamento da produção tem sido um dos maiores gargalos dentro das unidades rurais produtivas. Os sistemas agroflorestais vêm se tornando uma alternativa relevante para a produção alimentícia da agricultura familiar, mas não somente, a comercialização dos produtos provenientes da agrofloresta também se torna relevante para garantir a permanência das famílias no campo. O presente trabalho teve como objetivo caracterizar os principais canais de comercialização dos agricultores familiares no estado de São Paulo que produzem a partir de SAFs e entender os estímulos e desafios dos produtores rurais, e como se relacionam social e economicamente através da produção e comercialização agroflorestal. Através da análise documental, foram utilizados relatórios das visitas nas propriedades, entrevistas semiestruturadas e áudios livres coletados durante as visitas pela Embrapa Meio Ambiente no macroprojeto SEISAF durante os anos 2017 e 2018. Como parte dos resultados, foram escolhidas 3 experiências com perspectivas positivas frente aos desafios individuais de cada uma. As análises evidenciaram que os circuitos curtos de comercialização são potentes na geração de renda, na agrobiodiversidade, na mudança de percepção das famílias em relação aos SAFs e unidade produtiva como um todo além de trazer elementos importantes para a questão da comercialização e para o fortalecimento da agricultura de base ecológica de pequena escala.

Palavras chave: Comercialização; Sistemas Agroflorestais; Agricultura Familiar.

## ABSTRACT

For family farming, the flow of production has been one of the biggest bottlenecks within the productive rural units. Agroforestry systems are becoming a relevant alternative for food production in family farming, but not only, is the commercialization of products from agroforestry also relevant to guarantee the permanence of families in the countryside. This work aimed to characterize the main commercialization channels of family farmers in the state of São Paulo that produce from SAFs and to understand the stimuli and challenges of rural producers, and how they are socially and economically related through agroforestry production and marketing. Through documentary analysis, reports of visits to the properties, semi-structured interviews and free audios collected during visits by Embrapa Meio Ambiente in the SEISAF macro-project during the years 2017 and 2018. As part of the results, 3 experiences with positive perspectives were chosen from individual challenges. The analyzes showed that short sales channels are potent in generating income, in agrobiodiversity, in changing the perception of families in relation to SAFs and the production unit as a whole, in addition to bringing important elements to the issue of

commercialization and to strengthening the small-scale ecological-based agriculture.

Keywords: Commercialization; Agroforestry Systems; Family farming.



## LISTA DE FIGURAS

**Figura 1.** Diagrama de relação entre a agricultura familiar e o mercado de alimentos.

**Figura 2.** Tipologias dos canais de comercialização para a agricultura familiar segundo UENO *et al*, 2016.

**Figura 3.** Mapa de localização das 22 experiências abordadas no SEISAF.

**Grafico 1.** Tamanho e idade das áreas de SAFs das experiências, número de famílias e a diversidade de canais de comercialização.

**Gráfico 2.** Número de Experiências por tipos de canais de comercialização.

**Grafico 3.** Gargalos da comercialização das 22 experiências

**Quadro 1.** Experiências e Gargalos.

**Quadro 2.** Principais fatores de escolha dos canais de comercialização.

## LISTA DE TABELAS

**Tabela 1.** Informações das 22 experiências abordadas pelo SEISAF

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	16
1. REFERENCIAL TEÓRICO .....	19
1.1. O MODELO AGROALIMENTAR ATUAL .....	19
1.2. AGROECOLOGIA, SISTEMAS AGROFLORESTAIS E A PRODUÇÃO DE ALIMENTOS: UM NOVO PARADIGMA.....	22
1.3. COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGROECOLÓGICOS/SAFs.....	26
1.4. A NOVA RELAÇÃO PRODUTOR/CONSUMIDOR .....	31
2. METODOLOGIA DE PESQUISA.....	34
3. RESULTADOS E DISCUSSÃO .....	37
3.1. CARACTERIZAÇÃO E PERFIL DAS EXPERIÊNCIAS DE SAF ANALISADAS.....	37
3.2. OS PRINCIPAIS GARGALOS RELACIONADOS COM A COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DE SAFs. ....	44
3.3. ALTERNATIVAS PROMISSORAS PARA MELHORAR A COMERCIALIZAÇÃO E AGREGAÇÃO DE VALOR À PRODUÇÃO DOS SAFS 53	
3.3.1.– Experiência 1 – Sítio Bela Vista.....	54
3.3.2.– Experiência 2 – Assentamento Mario Lago .....	55
3.3.3. – Experiência 3 – Assentamento Sepé Tiaraju .....	58
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
5. BIBLIOGRAFIA.....	62

## INTRODUÇÃO

Atualmente, apesar da enorme capacidade produtiva, o nosso sistema de produção agrícola tem demonstrado grande impacto ecológico e danos ambientais irreversíveis pra sociedade, muitas vezes trocando a manutenção em longo prazo de serviços ecossistêmicos pela produção agrícola de curto prazo (PONISIO et al., 2014). Em grande parte, isto reflete a pressão que os conceitos industriais vêm exercendo sobre os sistemas agrícolas. Sob o viés capitalista, a produção agrícola passou a atender as demandas do mercado, almejando maiores benefícios monetários, priorizando o monocultivos em grandes parcelas de terra e deixando em um segundo plano os agricultores familiares, a biodiversidade e as necessidades alimentares das populações locais (SOLER, 2009).

Apesar de sua relevância para a produção de alimentos e manutenção da biodiversidade no país, a agricultura familiar recebe pouco investimento e enfrenta muitas dificuldades (UENO et al., 2016). Os principais gargalos das unidades de produção familiar são normalmente associados ao ambiente externo, o chamado “da porteira para fora”, com destaque para as dificuldades de comercialização ou escoamento da produção agrícola (KYOTA; GOMES, 1999).

Segundo Cassarino (2013), um dos agravantes é a expansão das redes supermercadistas, que vêm transformando o que acontece no campo. Este processo de concentração corporativa aumenta o poder dessas redes de definir os padrões de valor, produção e de consumo de alimentos, justamente por dominarem a etapa final do processo agroalimentar, a comercialização direta ao consumidor. Conseqüentemente, essas regras ditadas pelos atravessadores acarretam na limitação por parte dos agricultores familiares na capacidade de fornecer alimentos provenientes da produção ecológica, agroecológica e agroflorestal para os grandes impérios alimentares e no estabelecimento de um vínculo estreito entre o agricultor e o consumidor. Nesse contexto, ganha importância a busca de estratégias de inserção em mercados locais, visando a

agroindustrialização autônoma e conseqüentemente a maior agregação de valor (WILKINSON, 1999).

A trajetória deste trabalho se deu através do estágio na Embrapa Meio Ambiente, iniciado em agosto de 2018, e da minha inserção no projeto SEISAF - *Sistematização participativa de experiências e intercâmbio de conhecimentos em sistemas agroflorestais voltados à agricultura familiar em regiões da Mata Atlântica no sul e sudeste do Brasil*, dentro do qual pude focar nos estudos de caso de famílias agricultoras. Nesse período, alimentei minha curiosidade em relação às questões de comercialização da produção agroflorestal, mas, pra além das agroflorestas, a produção proveniente da agricultura familiar.

O projeto SEISAF tinha como objetivo geral sistematizar e promover o intercâmbio de conhecimentos sobre o uso atual de Sistemas Agroflorestais (SAFs) por agricultores familiares no bioma Mata Atlântica das regiões Sul e Sudeste a partir de entrevistas semiestruturadas, realizadas em duas etapas. Em meio a tantos temas explorados dentro do projeto SEISAF, cujos princípios estão alicerçados no tripé ecológico-social-econômico, me envolvi com a discussão que ele traz sobre os canais e fluxos de comercialização das experiências selecionadas. Nesse sentido, a presente monografia é a resposta para algumas dúvidas que me acompanharam ao longo dos últimos anos. Assim, também é um caminho para compreensão das relações socioeconômicas estabelecidas entre famílias agricultoras e o consumidor.

Sendo assim, me dediquei a analisar os dados coletados previamente pelo projeto SEISAF em 2017 e participei diretamente da segunda etapa das entrevistas, no final de 2018. Durante esse período, tive a oportunidade de conhecer e dialogar com agricultores(as) familiares que trabalham com sistemas agroflorestais no bioma Mata Atlântica do estado de São Paulo e pude acompanhar a trajetória de seus canais de comercialização.

Dessa forma, o presente trabalho procurou identificar os principais canais de comercialização e os desafios dos agricultores(as) familiares no estado de São Paulo que produzem a partir de Sistemas Agroflorestais, a partir de dados secundários, levantados pelo SEISAF. Também buscou-se aprofundar a

caracterização de 3 estudos de caso de experiências contrastantes (Assentamento Mario Lago em Ribeirão Preto, uma pequena propriedade privada em Cananéia e o Grupo de Consumo Responsável criado por agricultores do Assentamento Sepé Tiaraju). Dessa forma, o seguinte trabalho busca, acima de tudo, reconhecer e entender os estímulos e desafios que aproximam ou afastam os consumidores dos agricultores familiares, e vice-versa; e como se relacionam social e economicamente através da produção e comercialização agroflorestal. Sem a pretensão de encontrar experiências bem sucedidas, mas buscando identificar e reconhecer cada experiência e sua trajetória com suas dificuldades, contradições e as possibilidades dessa relação campo-cidade.

O trabalho está organizado da seguinte forma: no primeiro capítulo, apresenta-se uma breve revisão de literatura, acerca dos seguintes temas: a) Modelo Agroalimentar Atual, b) Agroecologia, Sistemas Agroflorestais e a Produção De Alimentos, c) Estratégias de Comercialização de Produtos Agroflorestais Provenientes da Agricultura Familiar, d) Consumidor: A Nova Relação Produtor/Consumidor. O segundo capítulo apresenta a metodologia adotada, descrevendo os diferentes momentos do estudo; no terceiro capítulo são apresentados e discutidos os resultados obtidos a partir das entrevistas; e ao final, são apresentadas as principais conclusões do estudo.

## 1. REFERENCIAL TEÓRICO

Apresenta-se a seguir uma breve revisão conceitual sobre o modelo agroalimentar atual e como alternativa a agroecologia e a comercialização de produtos agroecológicos, bem como sobre os fundamentos da agrofloresta sob o enfoque da produção e consumo no contexto da agricultura familiar, circuitos curtos de comercialização e agroecologia.

### 1.1. O MODELO AGROALIMENTAR ATUAL

A alimentação é uma prioridade que a sociedade tem que atender. Sendo assim, a maneira como se organiza a produção, a distribuição e o consumo de alimentos da população é um aspecto relevante para o sistema agroalimentar. A forma como lidamos com esses aspectos tanto ambientais como culturais e políticos são complexos e têm influência na crise socioambiental atual (SOLER, 2009).

O atual modelo agroalimentar, imposto durante o regime militar e baseado na difusão da Revolução Verde, foi apoiado por políticas públicas do governo em meados da década de 70, mediante assistência técnica, pesquisa, crédito, e isenções fiscais. Desde então, o chamado “agronegócio” e seu pacote tecnológico vem se impondo sobre toda a tradição cultural e agrícola construída pelos povos e comunidades tradicionais, com uma racionalidade econômica que, segundo Petersen (2015), está centrada no lucro a curto prazo, na produção em larga escala, no individualismo e na competição, ignorando ou tendo por “atrasadas” as práticas tradicionais “incompatíveis” com o paradigma agrícola moderno.

Entretanto, a disseminação dos pacotes tecnológicos da “revolução verde”, não garantiu os esperados aumentos na produtividade agrícola. Estudos da EMBRAPA, citados no trabalho de Caporal e Costabeber (2004), por exemplo, mostram que, de 1964 a 1979, a produtividade dos 15 principais cultivos do Brasil cresceu apenas 16,8%. No mesmo período, o consumo de fertilizantes químicos cresceu 124,3%, de inseticidas 233,6%, de fungicidas 584,5%, de herbicidas 5.414,2% e de tratores 389,1%.

Para Fonini e Lima (2013), ao observar o atual modelo predatório de desenvolvimento estabelecido desde a revolução verde e seus efeitos, é nítida a necessidade de discussão dessas questões e principalmente de alternativas frente ao modelo agroalimentar. O aumento da degradação e esgotamento dos recursos não renováveis, redução da diversidade ecológica, insegurança alimentar, a concentração de riquezas, o aumento da miséria e o novo estilo de vida da sociedade baseado no consumo e imediatismo. Além da falta de acesso a um alimento saudável por grupos menos favorecidos.

No Brasil, a produção agrícola uniforme e pouco diversificada realizada em larga escala pelo agronegócio, voltada principalmente para a exportação de commodities, e fortemente dependente de insumos químicos e de organismos geneticamente modificados (OGMs), é sustentada pelos argumentos, bastante questionáveis, de preservação ambiental, aumento da produção atrelado ao combate à fome e redução dos custos de produção, e necessidade de equilíbrio da Balança Comercial brasileira. Ignorando completamente os aspectos que oferecem riscos à saúde humana e não humana, o aumento da poluição e a degradação do ambiente. Estas questões são ignoradas, a fim de atender os interesses corporativos relacionados com crescimento da economia nesse setor e com a lucratividade do agronegócio (FONINI; LIMA, 2013).

Além disso, as condições de mercado, a formação de monopólios e oligopólios, a estandarização e simplificação dos hábitos de consumo, a “industrialização” da agricultura, a pressão das estruturas de ATER e financiamento, e toda a propaganda em torno da “moderna agricultura” forçam os agricultores(as) familiares que não utilizam do pacote a usar a nova tecnologia. Entretanto, o ganho que estes agricultores têm é muito pequeno: eles a adotam para poder permanecer na atividade. Como consequência muitos dos que não adotam a nova tecnologia, são muitas vezes forçados a abandonar a prática da agricultura, porque não são capazes de competir no mercado devido aos altos custos de produção (CAPORAL e COSTABEBER, 2004).

Ainda segundo Fonini e Lima (2013), o sistema agroalimentar derivado desse modelo carrega efeitos nocivos, como a redução de espécies, e a substituição do natural pelo industrializado, a transformação do alimento em simples mercadoria e a homogeneização dos hábitos de consumo alimentar:



“Ante as transformações advindas da urbanização e da globalização, a alimentação passou e continua passando por mudanças, tal como podemos observar pelo distanciamento do consumidor de todo o ciclo produtivo do alimento que vai deflagrar um novo estilo de vida, em que surgem novas expectativas de consumo. Isso está diretamente relacionado ao aumento da industrialização e mecanização e especialização no meio rural e à transformação do alimento em mercadoria, cujo processo acarretou na homogeneização de sabores ao reduzir as variedades vegetais e animais que constituíam a base da dieta dos povos.”  
(p.204)

É perceptível que, cada vez mais, as formas de alimentação tradicionais, naturais e locais têm sido enfraquecidas dando lugar a alimentos industrializados, distantes da sua origem e cultura. Com isso, perde-se o vínculo de quem produz com quem consome, e como consequência é dificultada a comercialização de produtos locais pelos agricultores familiares. Segundo descrevem Kyota e Gomes (1999), “a situação se agrava quando estas especificidades se relacionam com o ambiente externo à unidade de produção, como ocorre na comercialização dos produtos agrícolas”. Dessa forma, a agricultura familiar luta pela sobrevivência frente às limitações impostas pela dinâmica de mercado, que são muito diferentes da sua lógica de comercialização.

Segundo o Atlas do Agronegócio (2018), a globalização dos sistemas alimentares e a expansão de multinacionais oferecendo uma grande diversidade de produtos, impulsionam a tendência da utilização e maior incorporação de produtos industrializados na alimentação de países em desenvolvimento e países emergentes. Essas empresas detêm 50% das vendas globais e muitas vezes são donas de marcas competidoras entre si, conseguindo estar presente em 100% dos lares.

E em meio a tantas adversidades, a agricultura familiar se mantém viva e apresenta uma capacidade de resistência e resiliência, que segundo Carneiro, é explicada no trecho abaixo:

“As famílias rurais têm sobrevivido em meio à competição de condições e recursos orientados para favorecer a grande produção e a grande propriedade, mesmo assim consegue promover a mão-de-obra e ao mesmo tempo manter a competitividade econômica, inclusive superando a agricultura patronal em alguns

setores produtivos. Esta característica se dá, pois a agricultura familiar tem o perfil de se adaptar a situações adversas.”  
(CARNEIRO, 1997)

Compete, então, a busca por alternativas que estejam preocupadas com a produção de alimentos de forma sustentável, culturalmente referenciada, visando ao abastecimento local (FONINI; LIMA, 2013), além de incentivos e estratégias de comercialização que supram as necessidades da agricultura familiar no campo.

## 1.2. AGROECOLOGIA, SISTEMAS AGROFLORESTAIS E A PRODUÇÃO DE ALIMENTOS: UM NOVO PARADIGMA

A prática da agricultura – não somente como uma atividade de natureza ecológico-biológica, mas também como uma prática sociocultural e econômica – tem recebido nos últimos anos, devido aos impactos negativos da agricultura moderna, uma destacada atenção a respeito do tema da sustentabilidade.

Nesse sentido, a Agroecologia emerge como um paradigma crítico aos modelos agrícolas depredadores, e se caracteriza através de um novo campo do conhecimento, onde os saberes práticos são favoráveis às questões ambientais e sociais, resultando em uma agricultura orientada ao bem comum e ao equilíbrio ecológico e socioeconômico do planeta e segurança alimentar das comunidades rurais (CAPORAL & COSTABEBER, 2004; LEFF, 2002).

Segundo Caporal (2002), a Agroecologia pode ser definida como uma ciência de caráter multidisciplinar que apresenta princípios, conceitos e metodologias que nos permitem estudar, analisar, desenhar e avaliar agroecossistemas. Além disso, também como um novo paradigma produtivo, através de técnicas e práticas para uma produção ecologicamente sustentável no campo (LEFF, 2002). Sendo assim, os agroecossistemas são fundamentais para o estudo e planejamento das intervenções humanas a favor do desenvolvimento rural sustentável.

Aurélio Sobrinho (2008), em uma análise do Relatório Brundtland apresentado em 1987 em prol do desenvolvimento sustentável, afirma que “tratar da questão ambiental sem tratar da segurança alimentar torna o efeito da primeira inválida, porque só falamos em proteção ambiental para que as espécies possam

sobreviver.” Este mesmo relatório também evidencia, sem oferecer uma prática de agricultura sustentável a ser seguida, que ambas as questões estão ligadas e que a produção agrícola somente poderá se sustentar em longo prazo se não degradar a terra e a água que a sustenta. Para isso, é preciso que haja políticas governamentais específicas para a manutenção da produtividade agrícola e subsistência de todos os habitantes do campo (CAPORAL E COSTABEBER, 2004).

Altieri e Nicholls (2001), afirmam que a Agroecologia oferece os conhecimentos e as metodologias necessárias para uma agricultura que seja ao mesmo tempo “ambientalmente adequada e altamente produtiva, socialmente equitativa e economicamente viável”. Através da aplicação dos princípios agroecológicos, poderão ser superados os desafios básicos na construção de agriculturas sustentáveis, ou seja: fazer um melhor uso dos recursos internos; minimizar o uso de insumos externos; reciclar e gerar recursos e insumos no interior dos agroecossistemas; usar com mais eficiências as estratégias de diversificação que aumentem o sinergismo entre os componentes-chave de cada agroecossistema.

Uma dessas formas de agriculturas mais sustentáveis, evidenciadas neste trabalho, são os Sistemas Agroflorestais (SAFs), ou também chamadas de agroflorestas, que podem ser definidos como sistemas de produção de alimentos e uso da terra em que espécies perenes e cultivares agrícolas e/ou animais são manejados de forma conjunta na mesma área, seguindo uma disposição no tempo e espaço (NAIR, 1993). Os SAFs têm se mostrado uma alternativa de produção aos produtores familiares, uma vez que conciliam a adoção de práticas sustentáveis com o grande potencial produtivo. A interação entre Sistemas Agroflorestais e produtores rurais familiares se deve ao caráter ecológico de minimização dos impactos e o favorecimento da recuperação de áreas inférteis, assim como a capacidade de geração de renda em menor unidade de área e de forma mais distribuída ao longo dos anos (ABDO et al., 2008).

Segundo Khatounian (2001), o Brasil é um país onde a vegetação original é predominantemente de floresta. Sendo assim, o objetivo da agricultura ecológica não dever ser apenas produzir sem insumos industrializados, artificiais e químicos, mas criar sistemas agroflorestais capazes de suprir nossas

necessidade de alimentos, fibras, energia e matérias-primas. “Nosso desafio maior é nos transformarmos em agricultores do estrato arbóreo, e reproduzirmos nos sistemas agrícolas a lógica robusta, sustentável, barata, limpa e produtiva da natureza”.

Atualmente os SAFs, ou simplesmente agroflorestas, estão ganhando força e se ampliando em número pelo Brasil, ganhando destaque em diversos meios e se apresentando como alternativa ao modelo de produção (XAVIER, 2017). Segundo Santos (2007), produzir a partir da agrofloresta rompe com princípios básicos da agricultura convencional e hegemônica no planeta. Neste sistema de produção é plantado no mesmo espaço um grande diversidade de produtos: olerícolas, cereais, raízes e tubérculos, e frutíferas, tendo as espécies épocas diferentes de plantios e colheitas. Dentro da dinâmica da agroflorestal, também são utilizadas espécies funcionais como as adubadeiras para a produção de biomassa, e espécies produtoras de madeira, cuja produção é planejada a longo prazo. Plantar no mesmo espaço-tempo na agrofloresta permite conduzir diversas espécies conjuntamente em sucessão complementar dos seus ciclos biológicos. O nível de complexidade agroecológica alcançada pelo sistema produtivo talvez seja a característica de maior destaque dos Sistemas Agroflorestais. Três elementos se diferenciam na qualificação do nível de complexidade agroecológica: a diversidade de cultivos no mesmo tempo-espaço, a diversidade de espécies, e o cultivo em diferentes estratos ou “andares”:

“No manejo dos diferentes andares da agrofloresta, a poda realizada a facção, tem um papel importante que supera o objetivo de permitir a entrada de luz nos diferentes andares de cultivo. Ao realizá-la o agricultor pode beneficiar uma ou outra espécie para cumprir seu ciclo até a frutificação e produção, orientando as demais para a produção de biomassa. A escolha entre uma ou outra espécie, para produzir para o mercado, pode ser orientada pela melhor condição de preço no momento, e sem prejuízos ao equilíbrio do sistema. Esta condição demonstra a maior capacidade deste agricultor definir o preço de sua produção. Um agricultor dependente de um, dois ou três produtos, cultivados em diferentes momentos do ano agrícola, restringe sua capacidade de reorientar sua oferta de produtos em função das condições de mercado.”  
(SANTOS, 2007. p.5)

Esta agricultura de base agroecológica além de dar perspectivas a novas técnicas de produção de alimentos e contribuir para que os agricultores

familiares transformem seus sistemas e usufruam dos benefícios da floresta, permite ainda o início de uma nova reflexão sobre as relações de trabalho e a condição de felicidade e sonhos das famílias agricultoras.

### 1.3. COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGROECOLÓGICOS/SAFs

Os problemas ambientais associados ao modelo de produção atual impulsionaram as agriculturas alternativas, mas apesar de algumas portas abertas para a comercialização de produtos ecológicos, ainda existem grandes dificuldades por parte dos produtores com a organização para a comercialização e uma forte pressão para a comercialização com supermercados, o que causa um conflito com a ideia de comercialização direta “consumidor-produtor” (GOULDEL, 2008).

Segundo o Censo Agropecuário de 2006 (IBGE, 2006) a agricultura familiar responde por parcela significativa da produção de diversos alimentos, aproximadamente 70%. Scarabelot e Schneider (2012) ressaltam sua contribuição para a produção agrícola e para a segurança alimentar, especialmente quando se refere à agregação de valor e aos produtos e serviços que circulam e desenvolvem a economia em nível local.

Há uma ideia bastante forte de que os alimentos produzidos a partir de técnicas agroecológicas e orgânicas, que até o momento tem se desenvolvido em sua maior parte independente das políticas agrícolas e incentivos públicos, devem ser comercializados localmente, contribuindo assim para a economia da região e fortalecendo os vínculos sociais e econômicos. Segundo Khatounian (2001), as vias de comercialização direta, modalidade de comercialização cujo produtor entrega diretamente a mercadoria ao consumidor, são possíveis caminhos para o fortalecimento da economia local.

Entretanto há um conflito entre o ideal - a comercialização direta agricultor-consumidor; e o evitado a comercialização impessoal e distante via supermercado. A lógica supermercadista funciona de modo a forçar os preços para baixo em sua relação com os atacadistas, pois assim estes forçam mais ainda para baixo com os agricultores. Essa lógica vem sendo sustentada pelo argumento de que os supermercados permitem o escoamento de grandes volumes de produtos e permitem com que o agricultor se dedique exclusivamente à produção, liberando-o do tempo gasto para a comercialização.

Dessa forma, segundo Ueno (et. al., 2006), as estratégias de comercialização têm relevância na medida que podem definir a parcela de ganho dos agricultores e sua segurança no mercado, sendo um aspecto decisivo e que deve ser levado em conta:

“[...] A existência de diferentes canais permite aos agricultores escolher a melhor forma de escoar a produção em função das circunstâncias de um momento específico e fugir da pior situação que é a perda da produção por falta de mercado” (UENO et al, 2006. p. 3).

Já Maluf (2004) evidencia a valorização de produtos diferenciados associados a novas oportunidades de mercado, muitas das quais acessíveis aos agricultores de pequeno e médio porte. Tais oportunidades se referem à inserção desses agricultores em:

“[...] mercados de nicho nacionais e internacionais, como se verifica nos produtos artesanais, nos com denominação de origem e nos orgânicos, até o aprimoramento dos circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos” (MALUF, 2004. p.304).

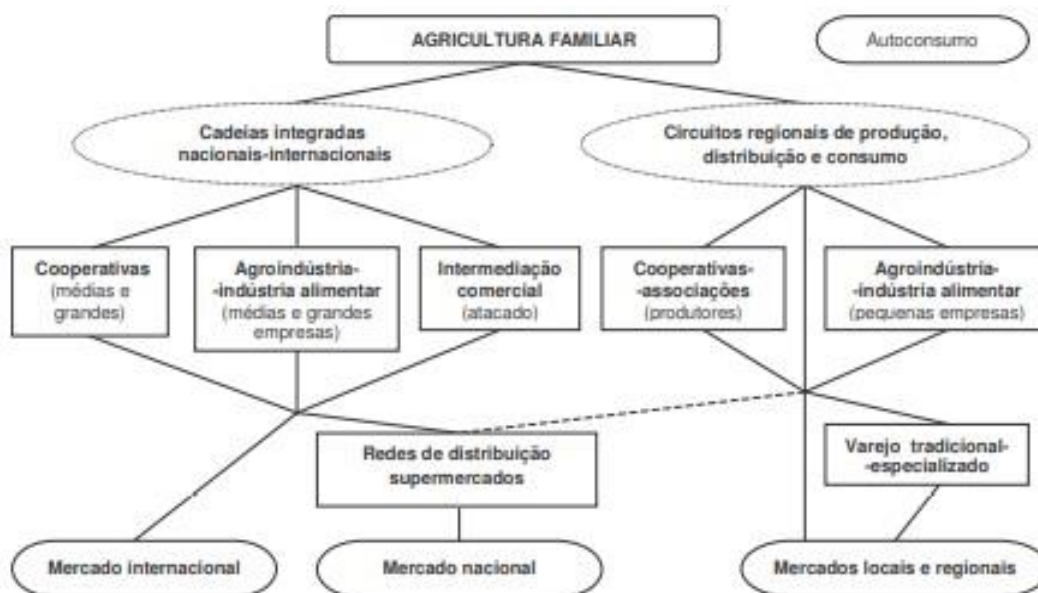
Dessa forma devem-se construir os mercados adequando-os às realidades dos agricultores familiares.

Ainda em seu trabalho, Maluf (2004) traz como um dos focos para construção de um mercado a questão territorial. Este aspecto é um componente importante, pois muitas estratégias de agregação de valor aos produtos agrícolas tem fundamento na construção de uma identidade cultural associada ao território onde este produto é produzido, por exemplo, os produtos artesanais típicos de uma região:

“[...] o aspecto territorial permite introduzir a perspectiva de aproximar as relações entre a produção e o consumo dos alimentos (ótica da segurança alimentar), cujas vantagens se localizam não apenas no menor custo de transporte, mas também na qualidade e na confiabilidade dos produtos e na sua maior identificação com hábitos de consumo diferenciados” (Maluf, 2004. p. 306).

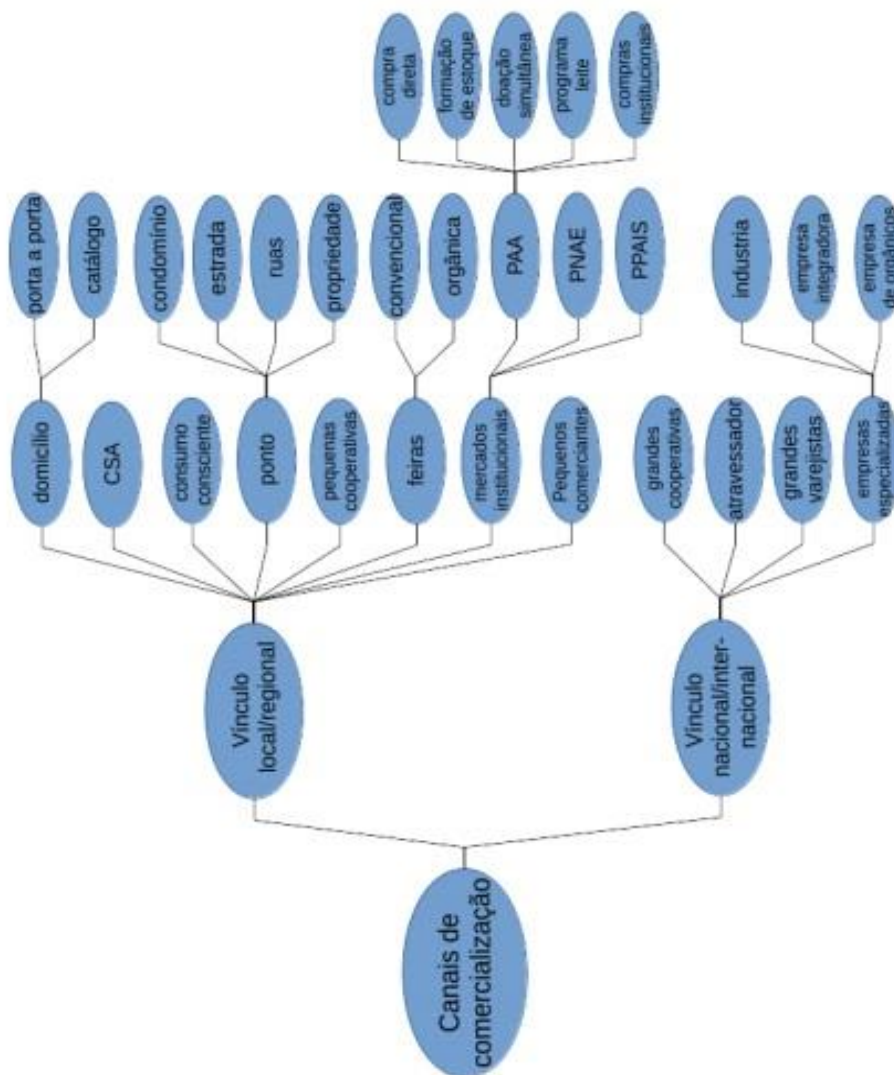
Maluf (2004) caracteriza também as formas com as quais a agricultura familiar se relaciona com o mercado de alimentos. Uma delas é definida por “cadeias integradas nacional e internacionalmente”; e a outra denominada “circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos”. A primeira forma

de vínculo é caracterizada por cooperativas de grande porte, corporações agroindustriais, a indústria alimentar, a intermediação mercantil e as redes de supermercados na qual a participação da agricultura familiar se dá por meio de contratações, normalmente voltadas para a produção de grãos animais, leite e frutas destinadas a agroindústria com a tendência a especialização. Já a segunda forma de vínculo é caracterizada por integrar cooperativas ou associações de pequenos agricultores que compõe o cenário do mercado local, circuitos de produção, distribuição e consumo locais e regionais, também a venda direta aos consumidores realizada pelos próprios agricultores. Segundo Ueno (et al, 2006) “[...] esta segunda forma de vínculo é mais adequada a uma produção pequena e diversificada típica da agricultura familiar mais tradicional, pouco capitalizada e com menor tecnificação”.



**Figura 1.** Diagrama de relação entre a agricultura familiar e o mercado de alimento. (Fonte: MALUF, 2004.)





**Figura 2.** Tipologias dos canais de comercialização para a agricultura familiar. (Fonte: UENO et al, 2016.)

O trabalho de UENO *et al* (2016), além de caracterizar as tipologias de mercado as quais a agricultura familiar pode usar de estratégia ao traçar um caminho para construção dos canais de comercialização, também cita alguns trabalhos e relatos de experiência favorecendo os mercados locais e a importância da venda direta para a garantia da melhor renda, segurança alimentar, conservação da agrobiodiversidade, além de agregarem valor devido a eliminação do atravessador do processo de comercialização. (UENO et al 2016; apud BELIK et. al., 2000; PAULILLO & ALMEIDA, 2005; PAULILLO, 2002).

Kiyota e Gomes (1999), em um estudo que aborda os canais e as diversas estratégias de comercialização em um município do Paraná, afirmam que as

famílias procuram se inserir em várias relações de comercialização concomitantemente. Neste estudo, as estratégias de comercialização dos agricultores familiares abrangem todo o processo produtivo desde a escolha da atividade até a comercialização de fato, tendo como um ponto relevante a agroindústria e o processo de beneficiamento dentro da unidade de produção, ou seja, o processamento de alimentos em unidades de tipo artesanal.

Dessa forma, as estratégias devem servir de base para a efetuação de práticas autônomas pelos agricultores familiares, voltadas à agregação de valor ao produto primário, seja de forma individual ou associativa. A maior vantagem destacada por Maluf (2004) é que, ao utilizar-se dessas estratégias, as famílias agricultoras detenham a maior parte do valor do produto final. Nesse sentido, o autor pontua:

“O desenvolvimento dos projetos de agregação de valor às matérias-primas agrícolas e as novas formas de inserção nos mercados fazem-se, em geral, de forma gradativa, sem romper, imediatamente, as relações comerciais preexistentes, principalmente aquelas tradicionalmente mantidas com as cadeias integradas através do cultivo comercial de grãos e da pecuária leiteira presentes na maioria das unidades familiares. A consolidação e a expansão dos projetos de agregação de valor afetarão os vínculos preexistentes e a combinação dos recursos produtivos, na medida em que a produção de derivados deixar de ser secundária, ou que o processamento do bem primário absorver toda a quantidade disponível do mesmo. Pode ocorrer, ainda, que o projeto autônomo de agroindustrialização venha a constituir alternativa às formas usuais de integração agroindustrial”

(MALUF, 2004 p. 14).

Somado a isso, Santos (2007), ao conhecer e refletir sobre a agroflorestra como base de produção agroecológica, afirma que as famílias ao realizarem a gestão de sistemas agroecológicos complexos, mantêm ampliadas possibilidades de realizar todo o processo, envolvendo produção, transformação e distribuição. O domínio do processo de produção está relacionado ao domínio do conhecimento de espécies e estes integram-se na medida da complexidade do sistema. A família agricultora se mantém em processos de experimentação permanente, manejando relações de produção de sistemas complexos (consorciações e sucessões) que exigem a valorização dos conhecimentos tradicionais herdados:

“[...] a produção agroflorestral tem potencial capacidade de produtividade e de renda. Esta é uma condição importante, e

meta estratégica da agroecologia. A alta capacidade de produtividade da agrofloresta combina-se de forma agregadora a condição de baixos custos produtivos, e, portanto, de renda. Os custos de produção da Agrofloresta Agroecológica são baixos, menores do que 10% sobre os preços recebidos pelos produtos comercializados, e tendem, quando analisados em cenário, a projetar esta taxa em queda. Estes indicadores se justificam pelo alto grau de autonomia tecnológica, incluindo a não dependência de insumos para repor a fertilidade, para controlar populações, e pela baixa necessidade de máquinas e equipamentos. A menor necessidade de máquinas e equipamentos é justificada pela independência em relação há utilização de adubos, agrotóxicos, e das operações de plantio motomecanizados. No entanto, é necessário considerar, que a geração de tecnologias socialmente apropriadas e adaptadas, particularmente de máquinas e equipamentos, podem ampliar os indicadores de produtividade do trabalho, e também, diminuir a penosidade de certas práticas de manejo".  
(SANTOS, 2007. p.4)

Ainda que as relações de mercado existam e permeiem as relações entre o produtor e o consumidor, a produção de alimentos da agricultura familiar e da agroecologia reforçam outro tipo de relação, mais humana e que deve considerar toda a complexa rede em que a alimentação está envolvida. Da agricultura familiar provém a maior parte dos alimentos da população brasileira, e a agroecologia está cada vez mais sendo assumida como modelo de produção por essa categoria, a fim de prover alimentos saudáveis e que não agridem o ambiente nem a saúde do trabalhador, visto que não utiliza insumos químicos. Além disso, reforça as relações de sociabilidade entre os agricultores, fortalecendo o seu papel de ator social na cadeia agroalimentar (FONINI; LIMA, 2013).

#### 1.4. A NOVA RELAÇÃO PRODUTOR/CONSUMIDOR

Diante de novos paradigmas de produção, também surgem novos padrões de consumo. A abordagem dos circuitos curtos de comercialização remete a formas de consumo da produção agrícola que busca o estreitamento do vínculo entre produtores e consumidores, possibilitando uma conexão e maior interação entre os atores onde os pilares dessas relações são baseados na confiança mútua (SCARABELOT E SCHNEIDER, 2012).

Segundo Darolt, Lamine e Bramdenburg (2013), no Brasil ainda não existe uma definição concreta para circuitos curtos (CC), mas este conceito aponta para

uma proximidade não somente geográfica, mas de modo interativo entre produtores e consumidores. Na França, o termo CC é utilizado para caracterizar os circuitos em que exista até, no máximo, um intermediário entre produtor e consumidor no processo de distribuição de alimentos (CHAFFOTE; CHIFFOLEAU, 2007)

Para Steenbock (2013), a maneira como escolhemos o alimento que consumimos está relacionada com os hábitos, a cultura, do vínculo afetivo com o alimento, com as relações em sociedade e da consciência acerca do que é saudável, “bem como uma questão política cuja concepção se dá a partir da realidade histórica, social e ambiental de cada grupamento humano”. Entretanto, estas questões estão relacionadas ao acesso aos alimentos e consequentemente à renda daquele indivíduo e a facilidade ou dificuldade em adquirir o alimento. Dessa forma, é fato que o acesso aos alimentos tem relação direta com preço dos alimentos, às políticas no campo da agricultura e abastecimento, entre outros fatores de ordem socioeconômica.

Fonini e Lima (2013) também afirmam que apesar da interferência da indústria e dos monopólios, a forma como consumimos e nos alimentamos estão relacionados com as características de recursos físicos locais (solo, clima, território etc) somados ao fator cultural, ou seja, as formas de produção. Estes fatores interferem na condição de Segurança Alimentar e Nutricional de um povo.

Diante do distanciamento do consumidor e de todo o ciclo produtivo do alimento como consequência das transformações da urbanização e globalização, é preciso insistir no fato de que atualmente a qualidade da alimentação e a soberania alimentar se vêem comprometida. Houve uma redução de espécies e uma substituição em massa de alimentos naturais por alimentos industrializados, em que surgem novas expectativas de consumo (FONINI e LIMA, 2013).

As expectativas de consumo, por sua vez, são influenciadas pelo apelo da indústria que remete a uma promessa de conexão com a natureza nos alimentos. É comum observarmos em rótulos de produtos industrializados um apelo envolvendo a sustentabilidade – “orgânica”, “verde”, “tradicional”, “caseira”, “feitos de fruta de verdade” – que como consequência leva à alteração do poder

de escolha sobre a alimentação. Assim, a discussão atual sobre as questões que envolvem o paradigma alimentar e as questões ambientais estão conectadas “no que tange à emergência de um capitalismo verde e de um novo mercado em torno dos alimentos (orgânicos, sustentáveis), que têm na sua base a sociedade de consumo estimulada pelo apelo à sustentabilidade” (FONINI e LIMA, 2013). Talvez por isso, os dados de consumo de orgânicos/agroecológicos façam tanto sentido e ainda seja um desafio transformar a maneira como nos alimentamos após globalização. No Brasil, 42% dos consumidores de produtos orgânicos compram em lojas especializadas, 35% em feiras ou diretamente do produtor, mas ainda 72% dos consumidores buscam esses produtos em circuitos longos como supermercados (KLUTH; BOCCHI JR.; CENSKOWSKY, 2011).

Pois é justamente para estabelecer uma alternativa a esta situação e contexto que surgem e se desenvolvem os circuitos curtos de comercialização. Estes, segundo Scarabelot e Schneider (2012), representam “a interação da agricultura familiar com a dinâmica local do desenvolvimento”. As cadeias agroalimentares curtas são uma das estratégias de comercialização que buscam a proximidade entre produtores e consumidores, não única e necessariamente no aspecto espacial, mas visando uma espécie de conexão que permita o estreitamento dos laços e a interação, facilitando que ambos conheçam os propósitos um do outro.

A construção dessa interação entre os produtores e consumidores é um caminho de duas vias, onde ambos os atores se beneficiam. De fato, há um aprendizado promovido pelas redes alternativas de comercialização e circuitos curtos, as quais são fontes de empoderamento dos consumidores que se tornam consumidores conscientes de sua alimentação (DAROLT, LAMINE e BRANDEMBURG, 2016). Por outro lado, o agricultor familiar também se beneficia, uma vez que ele detém a maior parte do valor final do produto. Uma pesquisa citada no trabalho de Darolt, Lamine e Brandenburg (2016), realizada em 2012 pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, aponta que onde a agricultura familiar está presente as vendas diretas crescem. Esta mesma pesquisa aponta que se houvesse um maior número de feiras de venda direta próximas às suas residências, os consumidores comprariam mais alimentos ecológicos.

No Brasil, existem algumas alternativas em andamento como é o caso do CSA: Comunidade que Sustenta a Agricultura. Nessa modalidade uma associação de consumidores financia a produção ecológica de alimentos de um ou dois agricultores próximos através da economia solidária e associativa. Ambos os atores partilham os custos e também a abundância dos produtos. Com isso o agricultor tem uma garantia financeira e um destino para os alimentos produzidos e os consumidores, chamados de co-produtores, têm acesso a um alimento ecologicamente correto, economicamente viável e socialmente justo.

## 2. METODOLOGIA DE PESQUISA

Este trabalho consiste em uma pesquisa documental, que tem como fontes de seu conteúdo relatórios técnicos e materiais audiovisuais que ainda não receberam nenhum tratamento analítico (SEVERINO, 2000). Esta pesquisa se diferencia de uma pesquisa bibliográfica por não basear suas fontes em trabalhos já publicados, decorrentes de pesquisas anteriores.

“A pesquisa documental é muito próxima da pesquisa bibliográfica. O elemento diferenciador está na natureza das fontes: a pesquisa bibliográfica remete para as contribuições de diferentes autores sobre o tema, atentando para as fontes secundárias, enquanto a pesquisa documental recorre a materiais que ainda não receberam tratamento analítico, ou seja, as fontes primárias. Essa é a principal diferença entre a pesquisa documental e pesquisa bibliográfica. No entanto, chamamos a atenção para o fato de que: “na pesquisa documental, o trabalho do pesquisador (a) requer uma análise mais cuidadosa, visto que os documentos não passaram antes por nenhum tratamento científico”  
(OLIVEIRA, 2007 p.70).

Para realizar uma análise documental, é preciso conhecer e considerar, em todas as etapas da pesquisa, o contexto socioeconômico, cultural e político em que tais documentos foram criados e produzidos. Também é preciso levar em consideração quem é o/a autor(a) do documento e dos motivos que o levaram a escrever (SÁ-SILVA; ALMEIDA; GUINDANI, 2009).

Neste trabalho, os documentos fonte que serviram de base para a análise são os relatórios técnicos, entrevistas semi-estruturadas, áudios e fotos produzidos pela equipe de pesquisadores e estagiários da EMBRAPA Meio Ambiente, localizada em Jaguariúna/SP, que foram registrados através de visitas aos agricultores das 22 experiências de Sistemas Agroflorestais do Estado de São Paulo dentro de

um grande projeto de Sistematização de Experiências, o SEISAF, no período de 2015 até 2018. As visitas foram feitas em duas etapas, sendo que a autora participou das coletas apenas na segunda etapa, realizada entre outubro e dezembro de 2018. Os conteúdos dos materiais da primeira coleta de dados, de maneira geral, não tinham recebido ainda tratamento mais aprofundado com o intuito de analisar a questão da comercialização, e haviam sido mantidos como documentos internos da equipe do projeto, a qual permitiu cedê-los para que fossem utilizados nesta monografia. As visitas foram feitas em datas diferentes, o que permite uma fotografia das experiências em cada momento específico, mas ainda assim, com a consciência de que há uma dinâmica e que as realidades das experiências possam mudar com o tempo.

Já na segunda fase de coleta, seguiu-se com a metodologia das entrevistas semiestruturadas acerca dos temas de interesse e a fim de complementar os dados já coletados na primeira etapa. Também foram feitas visitas guiadas pelas propriedades nessa fase. As visitas guiadas, acompanhadas de um ou mais componentes da família com parte da equipe de pesquisadores e estagiários dentro da unidade produtiva, foram executadas com objetivo de conhecer a propriedade, a produção, as espécies plantadas, entre outros aspectos de interesse, como os desafios e perspectivas de soluções dos agricultores, auxiliando na complementação de dados. Nestas ocasiões, cadernetas e pranchetas eram levadas à campo para anotações durante a caminhada, e também foram gravados áudios e vídeos e feitas algumas fotos com a permissão dos agricultores (as).

Com base nestas fontes, no presente trabalho foram analisadas as 22 experiências de modo geral, mas com enfoque para a questão da comercialização. E dentro desse conjunto de experiências, foram definidos alguns critérios para a seleção de três experiências a serem analisadas com maior profundidade e apresentadas como estudos de caso. Os critérios para seleção foram: os tipos de canais de comercialização adotados estágio de desenvolvimento da experiência, e a forma de organização do trabalho de comercialização (individual ou coletiva). Com base nesses critérios, foram selecionadas duas experiências em assentamentos, na região de Ribeirão Preto

que trabalham a comercialização em circuitos curtos; e uma experiência de um agricultor familiar em Cananéia, que explora o agroturismo e a venda direta.



### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da análise de documentos e material audiovisual internos do projeto, nesse capítulo apresentam-se uma breve caracterização das experiências do SEISAF, sempre destacando elementos relevantes e pertinentes ao tema da comercialização. Em seguida, apresentam-se os dados e discussão dos principais gargalos encontrados nas experiências visitadas. Por fim, as perspectivas de comercialização de três experiências selecionadas.

#### 3.1. CARACTERIZAÇÃO E PERFIL DAS EXPERIÊNCIAS DE SAF ANALISADAS

Esta caracterização é uma breve síntese das experiências abordadas no projeto SEISAF pela equipe do núcleo de Agroecologia da Embrapa Meio Ambiente. A pesquisa foi realizada no estado de São de Paulo e partir das entrevistas referentes às duas etapas de coleta de dados, onde foram caracterizadas 22 experiências em diferentes cidades e regiões do estado. Dentre essas experiências, 12 são assentamentos da reforma agrária, 6 são propriedades privadas, 3 são comunidades tradicionais regulamentadas por órgãos institucionais e 1 cooperativa de pequenos agricultores.



**Figura 3.** Mapa de localização das 22 experiências abordadas no SEISAF.

Fonte: autora. 2020.

**Tabela 1.** Informações das 22 experiências abordadas pelo SEISAF. (Fonte: autora / adaptado SILVA, 2018; QUEIROGA et al, 2018).

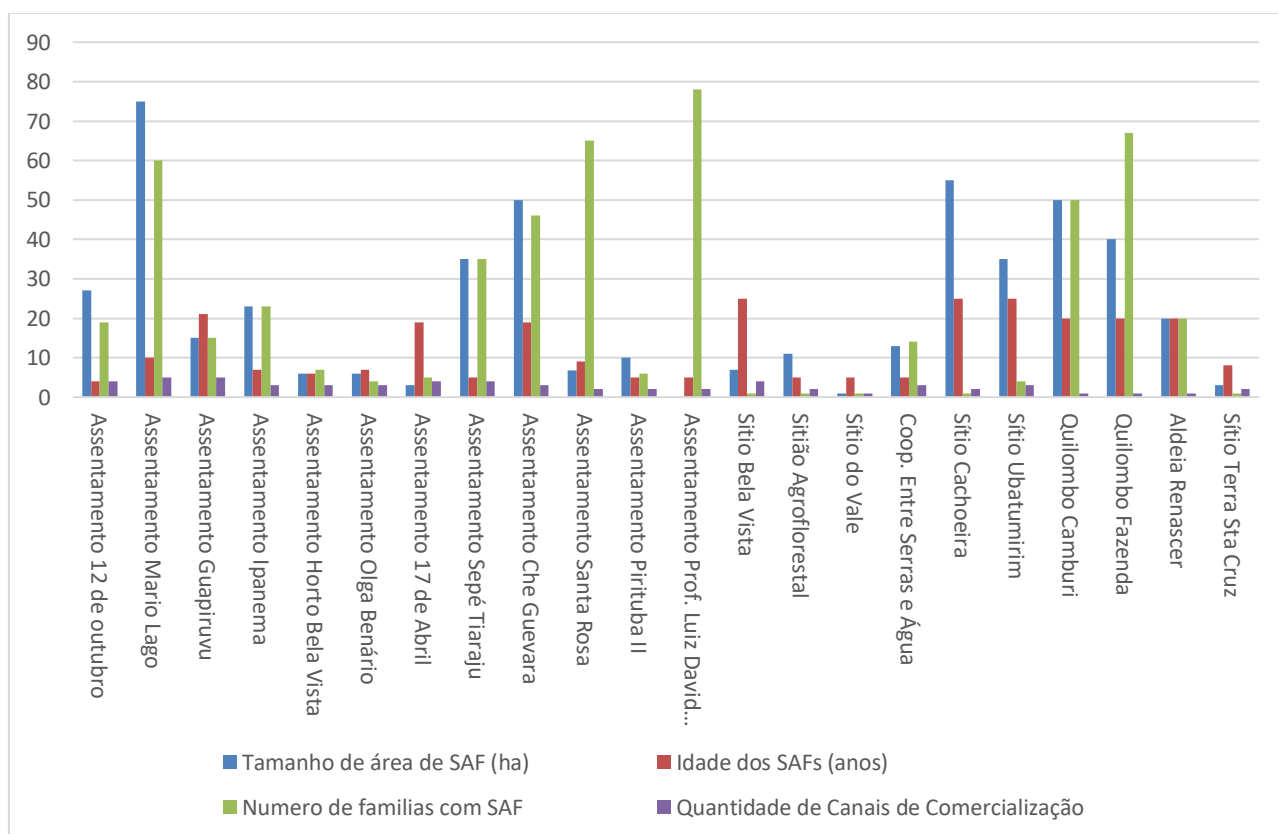
<b>Experiência</b>	<b>Município</b>	<b>Ano de Implantação (experiência)</b>	<b>Número de Famílias</b>	<b>Área Total (ha)</b>	<b>Instituição Responsável</b>
<b>Assentamento 12 de outubro – Vergel</b>	Mogi-Mirim	1998	90	1.217,81	ITESP
<b>Assentamento Mário Lago</b>	Ribeirão Preto	2009	262	748,26	INCRA
<b>Assentamento Guapiruvu</b>	Eldorado	2003	62	3.072,67	INCRA
<b>Assentamento Ipanema</b>	Iperó	2014	151	1.768,71	ITESP
<b>Assentamento Horto Bela Vista</b>	Iperó	2000	31	1.034,96	INCRA
<b>Assentamento Olga Benário</b>	Tremembé	2013	49	757,57	INCRA
<b>Assentamento 17 de abril (Boa Sorte)</b>	Restinga	2011	159	2.979,07	INCRA
<b>Assentamento Sepé Tiaraju</b>	Serrana e Serra Azul	2004	79	797,74	INCRA
<b>Assentamento Santa Rosa</b>	Euclides da Cunha	2012	65	865,67	ITESP
<b>Assentamento Chê Guevara (Santa Clara)</b>	Mirante do Paranapanema	2001	46	976,45	INCRA
<b>Assentamento Pirituba II</b>	Itapeva	1984	378	8.026,23	INCRA
<b>Assentamento Professor Luiz David de Macedo</b>	Apiaí	2005	78	7.767,22	INCRA
<b>Sítio Bela Vista</b>	Cananéia	1995	1	16	Propriedade Privada
<b>Sítio Agroflorestal</b>	Terra Roxa	2014	1	34	Propriedade Privada
<b>Sítio do Vale</b>	Botucatu	2005	1	16	Propriedade Privada
<b>Cooperativa Entre Serras e Águas</b>	Bragança Paulista	2015	25	13	Pequenos agricultores
<b>Sítio Cachoeirinha</b>	Ubatuba	2001	1	1.379.400	Propriedade Privada
<b>Sítio Ubatumirim</b>	Ubatuba	1995	1	1.256.452	Propriedade Privada
<b>Quilombo Cambury</b>	Ubatuba	2005 <sup>1</sup>	50	972,36	ITESP
<b>Quilombo Fazenda</b>	Ubatuba	2005	67	3.600	ITESP
<b>Aldeia Renascer</b>	Ubatuba	1999	15	2.500	FUNAI
<b>Sítio Terra Santa Cruz</b>	Aparecida do Norte	2013	1	-	Propriedade Privada

<sup>1</sup> Muito embora o bairro Cambury já exista desde 1900, o processo de regularização fundiária foi iniciado pelo ITESP, em junho de 2005.

De maneira geral, a tabela 1 apresenta algumas informações acerca das experiências visitadas pelo projeto SEISAF. Cada experiência e Sistema Agroflorestal visitados têm características e particularidades únicas em relação ao número de famílias, área total em hectares, se estão organizados de maneira coletiva ou individual. Além disso, as composições de espécies e carros chefes de cada experiência foram pensadas de maneira distinta e também se diferenciam devido à localização geográfica.

A partir da análise do material previamente coletado durante as visitas nas experiências agroflorestais, foi elaborado o Gráfico 1, que relata o tamanho médio das agroflorestas nos lotes, número de famílias por experiência e a idade dos SAFs e o Gráfico 2, tipos de canais de comercialização e a quantidade de experiências que os abordam). Tais fatores são importantes para compreender os fluxos e canais de comercialização construídos pelos agricultores a partir do perfil das respectivas experiências.

**Gráfico 1.** Tamanho e idade das áreas de SAFs das experiências, número de famílias e a diversidade de canais de comercialização.



Fonte: autora, (2020)

Como mostra o gráfico 1, é importante salientar que não necessariamente o tamanho dos SAFs tem relação com o sucesso da comercialização. Existem grandes áreas de SAF em algumas experiências, onde a comercialização não é desenvolvida, e por isso, não existem muitos canais de comercialização. Em contrapartida, existem pequenas propriedades com áreas menores de SAF, aproximadamente 1 ha, que são altamente produtivas e voltadas para atender na entrega de produtos e gerar renda para as famílias agricultoras. Existem ainda experiências que estão aumentando suas áreas de SAF pois a demanda de produtos é crescente.

Durante as visitas e entrevistas é perceptível como as comunidades mais afastadas tem maior dificuldade de comercializar seus produtos. As experiências com menor quantidades de estratégias e canais de comercialização são os quilombos e a aldeia. Isso está atrelado a alguns fatores: o primeiro deles a localização geográfica, mais distante de grandes centros urbanos e normalmente locais de difícil acesso. Segundo, por ser mais lento o movimento de introdução de tecnologia ou não existir o incentivo de inserção dessas comunidades em um planejamento de comercialização local.

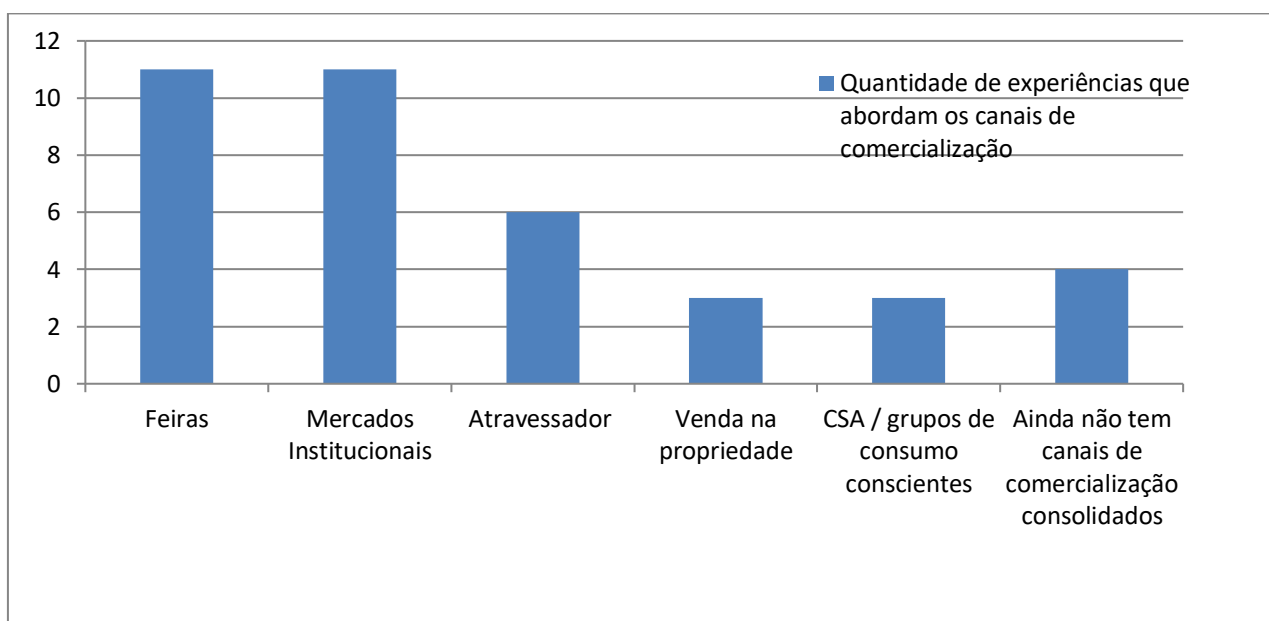
É possível afirmar que majoritariamente os carros-chefes explorados, tanto em Assentamentos de Reforma Agrária quanto em outras experiências visitadas, são espécies frutíferas nativas e exóticas, muitas vezes associadas a cultivos anuais e olerícolas diversas, além de café, palmito e espécies madeireiras. Muitos Sistemas Agroflorestais do litoral paulista (norte e sul) apresentam a banana, mandioca, pupunha, juçara, goiaba, manga, abacate e espécies madeireiras como principais culturas cultivadas, consideradas espécies potencialmente boas para o mercado.

As experiências visitadas têm idades variadas, que vão de 5 anos até 25 anos. Entretanto somente 40% dos SAFs visitados podem ser considerados “maduros” e têm mais de 10 anos. Todos os sistemas visitados se encontram dentro de duas formas de desenho distintas: as aléias ou em sistemas sem alinhamento, sendo as “aléias” o desenho mais utilizado, e em algumas poucas experiências

foram encontrados sistemas estratificados sem alinhamento. Nas experiências no litoral do estado é difícil chegar a uma data concreta da idade dos SAFs, devido ao enriquecimento feito em uma floresta que já estava de pé.

Seguindo o foco deste trabalho, ou seja, de aprofundar conhecimento acerca da comercialização dos produtos agroflorestais, também foi elaborado um gráfico com os canais de comercialização utilizados pelos agricultores e sua respectiva frequência no conjunto das 22 experiências.

**Gráfico 2.** Número de Experiências por tipos de canais de comercialização.



Fonte: elaborado pela autora, 2020

Este segundo gráfico é um indicativo, de acordo com as entrevistas, sobre os canais mais utilizados pelos agricultores desta pesquisa. São estes: feiras, mercados institucionais (PAA e PNAE), atravessadores, grupos de consumo responsável e CSA, e vendas diretas na propriedade. Em todas as experiências que já estabeleceram canais de comercialização é explorado mais de um canal simultaneamente.

Dessa forma, foi gerado um quadro onde buscou-se entender quais os principais fatores que influenciam os agricultores das experiências na escolha destes canais para comercialização de produtos agroflorestais, e assim foram identificados:

## Quadro 2. Principais fatores de escolha dos canais de comercialização.



Fonte: autora, 2021.

a) Feiras: os principais fatores para a escolha da comercialização em feiras é a proximidade com o consumidor e o retorno financeiro imediato. De acordo com os áudios desta pesquisa, apesar da demanda de tempo, mão de obra exigida e o risco de perda, elas ainda estão presentes e envolvem a família em todos os processos de produção.

A feira também é um lugar onde os agricultores acabam indiretamente fazendo uma pesquisa de mercado. Em um dos áudios, um dos agricultores comenta que é na feira onde ele é reconhecido e os clientes valorizam o produto, "...comentam que o sabor é diferenciado", ele percebe que algumas pessoas valorizam mais o preço do que o produto, "... mas a maioria valoriza o produto". A feira também é o lugar onde eles percebem qual produto tem mais potencial de saída e em quais aspectos precisam melhorar.

b) Mercados Institucionais: a segurança na garantia de venda e bons preços dos produtos comercializados são fatores que levam as experiências a aderirem, apesar de ser considerado um canal burocrático. A maioria das experiências visitadas tem ou já tiveram vínculo com este canal de comercialização, cuja frequência depende mais da flutuação com que os governos implementam as políticas e programas.

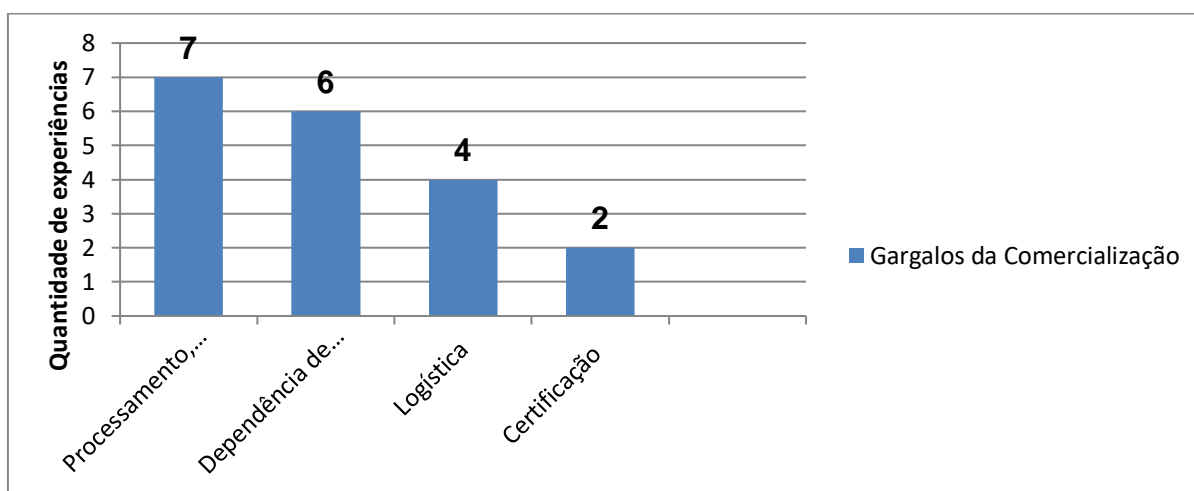
- c) Atravessador: O atravessador é uma das formas de escoar a produção bastante frequente nas experiências visitadas. Normalmente, são comerciantes das cidades próximas, que se deslocam até as propriedades para comprar produtos sem cobrar o frete dos agricultores. Os fatores pelos quais ainda se perpetuam é o ganho de tempo para aqueles que não conseguem fazer feiras ou escoar de outra maneira, além da comodidade na logística de escoamento da produção. A negociação normalmente é estabelecida entre ambas as partes, entretanto, a lógica do atravessador tende a baixar o valor do produto e conseqüentemente os agricultores têm menor valor de barganha.
- d) Venda na propriedade: Nesta modalidade o consumidor final se desloca até a propriedade para comprar os produtos de interesse. Os fatores que estão atrelados à adoção deste canal pelas experiências analisadas neste trabalho é a exploração do agroturismo e a educação ambiental relacionadas às visitas ao SAF nas propriedades. Entretanto, algumas experiências, principalmente em assentamentos rurais, relatam vender diretamente na propriedade alguns produtos (como ovos, mel, verduras) para consumidores comuns das cidades do entorno, desvinculados do turismo ou educação ambiental.
- e) Grupos de Consumo Consciente/CSAs: Segundo as entrevistas, as experiências que comercializam através deste canal são estimuladas pelo estreitamento na relação entre quem produz e o consumidor final, além de diminuir riscos e prejuízos. Um dos agricultores relata que “não compensa produzir no atacado, pois há competição com o CEASA. Então buscamos mercado de venda direta e consciente”. A comercialização também é estendida para alguns organismos de economia solidária, como por exemplo, o Instituto Chão.

Algumas experiências disseram não ter produção com volume suficiente para escoar os produtos do SAF, devido à idade ainda jovem do sistema e dificuldade do manejo, mas que consomem em casa o que é produzido.

### 3.2. OS PRINCIPAIS GARGALOS RELACIONADOS COM A COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DE SAFs.

Ainda com base na análise das gravações e entrevistas semiestruturadas das 22 experiências, os gargalos mais recorrentes para as questões da comercialização e agregação de valor foram divididos em 5 grandes grupos, sendo os percentuais de recorrência apresentados no gráfico abaixo:

**Gráfico 3.** Gargalos a comercialização das 22 experiências



Fonte: elaborado pela autora, 2020

Nos áudios referentes às visitas estas questões foram abordadas com mais profundidade, e respondem algumas perguntas que fazemos quando nos deparamos com estes percentuais:

#### 1. *Processamento, beneficiamento ou agroindústria:*

Algo perceptível nos áudios das experiências coletivas, ou nas quais os SAFs foram implantados em parcerias com instituições e ONGs a partir de projetos, é frequente a menção de que as capacitações de implantação, manejo, entre outras, foram importantes para a motivação dos agricultores e realizações no período inicial do SAF. Entretanto, a discussão sobre a comercialização e capacitação para o processamento e agroindustrialização é pouco direcionada e deixam o agricultor sem informação sobre todo o potencial produtivo e comercializável inserido no sistema. Como exceção a esse padrão, encontram-se algumas experiências visitadas, tanto individuais quanto coletivas, que continuaram as parcerias, ou formaram-se associações



entre os agricultores e conseguiram superar esses desafios e construíram uma agroindústria de processamento.

Em relação à agregação de valor, as maiores limitações estão relacionadas com a unidade de processamento e o domínio sobre as técnicas para processar, além da aquisição dos equipamentos. Um dos agricultores afirmou ter dificuldades no processamento com a banana nas modalidades “chips” e “passa”.

Em uma das visitas, uma agricultora do Ubatumirim relata em gravação:

“A gente tem que correr pra produzir, e depois a gente tem que correr pra vender. Isso demanda muito tempo, são muitas reuniões, acordos, fora a parte de produção. A associação da comunidade é uma vantagem em relação a isso, ganhamos muito tempo”.  
(Agricultura de Ubatumirim, 2018)

Ela ainda complementa que, mesmo assim, é difícil manter a agroindústria regularizada, “(...) “é preciso ter testes de qualidade da água com frequência, pois a água do local não é uma água tratada pela empresa de água daqui. A associação funciona, mas também não está no papel. É preciso atualizar a parte burocrática. Ainda assim, a agroindústria é a oportunidade da agricultora ganhar mais, agregando valor no produto.”.

Esta mesma agricultora relata que o maior gargalo é a gestão:

“A associação precisava avançar com passos de trabalhar como uma empresa. Pois não há cargos e todos têm suas responsabilidades antes da associação. Há um grupo com uma gestão coletiva, mas é preciso ter pessoas responsáveis e gerir a associação com administração de uma empresa”.  
(Agricultura de Ubatumirim, 2018)

A agroindústria familiar da associação do Ubatumirim trabalha coletivamente para processar a polpa de juçara das famílias. Durante as entrevistas, explicou-se que cada família processa sua produção, mas que sempre se ajudam quando há muito trabalho a ser feito.

Em outra entrevista, um dos agricultores mencionou que a própria unidade física de beneficiamento é um gargalo. Organizar-se para construir de acordo com os padrões exigidos pela legislação ainda é um desafio para muitas famílias.

2. *Dependência de Políticas Públicas*: explicando brevemente, as políticas públicas têm como objetivo solidificar, com programas e projetos, a segurança alimentar do país e o desenvolvimento rural. Dessa forma, o PAA<sup>2</sup> e o PNAE<sup>3</sup> são ferramentas institucionais de fortalecimento da agricultura familiar pelo governo federal, que adquire os produtos por meio de diferentes mecanismos. Embora seja um canal de comercialização seguro, muitos agricultores pontuaram algumas dificuldades, como: a demora pelo pagamento do produto enviado, as exigências de padrão de produto e até mesmo a própria logística destes canais.

Em um dos áudios, um dos agricultores comenta sobre o PNAE. Eles entregam alimentos para as merendas de Franca e Ribeirão Preto, em um total de 310 escolas. O próprio assentamento tem que entregar nessas escolas e muitas vezes esse é o motivo pelo qual as pessoas acabam abandonando o PNAE, pois é difícil entregar nas escolas a um preço de feira, arcando com os custos de embalagem, transporte e logística.

Os mercados institucionais são considerados importantes para o fortalecimento e desenvolvimento rural, mesmo com uma série de desafios e limitações, tanto governamentais – por exemplo, atraso de recursos e corte de verbas dos programas, quanto por problemas de acesso por parte dos agricultores (questões burocráticas e de logística).

---

<sup>2</sup> PAA: O Programa de Aquisição de Alimentos tem como finalidade promover o acesso à alimentação e incentivar a agricultura familiar. O programa compra alimentos produzidos pela agricultura familiar, e os destina às pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional atendidas pela rede socioassistencial, pelos equipamentos públicos de segurança alimentar e nutricional e pela rede pública de ensino (MDA, 2012 *in* HESPANHOL, 2013). O Programa tem enfrentado um momento delicado nos últimos anos,

<sup>3</sup> PNAE: O Programa Nacional de Alimentação Escolar criado em 1989, é um mecanismo governamental que garante a alimentação escolar e dispõe sobre a utilização de, no mínimo, 30% dos recursos repassados pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) para a compra de produtos da agricultura familiar e do empreendedor familiar rural, priorizando os assentamentos de reforma agrária, as comunidades tradicionais indígenas e quilombolas.

Mas é evidente, de acordo com os áudios, que uma das maiores preocupações quanto a esses programas é a geração de dependência, sendo necessário fortalecer a atuação dos agricultores localmente em outros circuitos de comercialização e qualificação das formas de acesso dos mesmos em outros canais, pois com o enfraquecimento ou desmonte dos programas o produtor não consegue escoar toda sua produção, afinal dependia exclusivamente do mercado institucional.

Em quase todas as experiências o mercado institucional é o principal canal de escoamento das produções da agricultura familiar de base ecológica, e quando não se cria o incentivo pra construção de outros canais de comercialização, é gerada uma relação de dependência.

Em uma das experiências visitadas, o único canal de comercialização dos produtos gerados a partir do SAF era para o PAA/CONAB. Produzem muitas frutas, dentre elas *Citrus*, e também quiabo, berinjela, e outros legumes e verduras. O motivo pelo qual não há a construção de outros canais de comercialização é a falta de tempo. Por isso ficam presos em um canal apenas, ficando mais expostos e com menor resiliência.

Um outro agricultor pontuou a exigência do PNAE em querer produtos que não são da cultura da região e num padrão convencional. Enquanto isso, um município vizinho utiliza nas merendas das escolas o que é produzido localmente e que está no cotidiano do aluno.

Apesar de todas as dificuldades burocráticas, são programas importantes para o fortalecimento da agricultura familiar. Entretanto, a compra de alimentos por parte de programas institucionais vem sofrendo cortes, principalmente após 2016, é perceptível a movimentação de líderes para o enfraquecimento das políticas públicas voltadas para esses agricultores. Em 2017, por exemplo, além da extinção do ministério do Desenvolvimento Agrário, foram cortados dos programas 90% dos recursos investidos.

3. *Logística*: A dificuldade logística na comercialização sempre foi um desafio citado, não importa qual seja o canal de comercialização escolhido. Muitos agricultores relataram ter dificuldade no transporte e logística das cestas orgânicas e agroecológicas até o ponto de entrega ou até mesmo a demanda de tempo e logística das feiras.  
Duas experiências têm terceirizado a entrega e negociado com o entregador um valor que seja bom para ambos, assim o agricultor é favorecido já que não tem meios de transporte ou não tem tempo para a atividade.
  
4. *Certificação*: Muitos agricultores das experiências levantadas sofrem com busca pelo processo de certificação. Em uma das experiências, o agricultor teve certificação da empresa IBD Certificações por alguns anos, entretanto encerrou o processo de devido aos custos altos. Em uma nova tentativa de certificação, dessa vez por OCS<sup>4</sup>, permaneceu com o selo por 4 anos, mas também encerrou o processo de certificação por não conseguir se organizar dentro do grupo. Não necessariamente as OCSs tendem a ser barreiras para a certificação, pelo contrário, é uma alternativa. Nesta modalidade o agricultor não tem um selo orgânico, e sim um para certificado da produção orgânica, podendo vender somente de forma direta. É muito comum agricultores que trabalham com sistemas agroflorestais praticando diversos tipos de agricultura de base ecológica se apoiarem nessa modalidade de certificação. Como existe a crescente demanda por produtos orgânicos, a certificação traz um valor agregado proporcionando o maior possibilidade de renda para as famílias agricultoras que já têm canais de comercialização bem estabelecidos.

Dentre as outras dificuldades mencionadas pelas experiências, em muitas entrevistas as feiras estiveram nos relatos dos agricultores como um ponto de alto risco para a comercialização dos produtos. As feiras são antigos espaços de comercialização e segundo UENO (2016), elas são encontradas desde em

---

<sup>4</sup> Organismo de Controle Social (OCS) é uma forma de organização entre agricultores familiares que permite a venda direta de produtos orgânicos ao consumidor, onde o próprio grupo é responsável de assegurar que um produto, processo ou serviço atenda aos regulamentos ou normas específicas a que foi submetido (BEDIN, 2015).

grandes cidades até em beiras de estradas, sendo importantes na comercialização de produtos colhidos frescos ao consumidor. Entretanto, o agricultor está sujeito aos riscos deste canal. Em várias das experiências os agricultores elucidam sobre a dificuldade de entrar nas feiras das cidades próximas e como é custoso econômica e energeticamente. “Além de ser muito caro, você nem sabe se vai conseguir vender tudo, pode dar uma chuva e não ir ninguém” –comenta um dos agricultores em áudio. Além do valor de custo para manter o espaço na feira, a logística também entra como uma limitação para explorar este canal, afinal muitos dos agricultores visitados não têm um carro adequado para transporte dos produtos. Um outro fator muito citado foi o tempo exigido para a realização das feiras e o tempo que atividades no SAF demandam, onde é preciso de organização e trabalho em família ou em mutirões para conciliar a produção com a comercialização.

Além destes gargalos, outros foram mencionados: escassez de mão de obra especializada em SAF, espécies inseridas nos SAFs com dificuldade de saída no mercado e até mesmo a desvalorização do trabalho do agricultor em relação ao preço que as pessoas querem pagar no produto agroecológico. Estes últimos itens, apesar de não aparecerem na maioria das entrevistas, são pontos pertinentes para algumas experiências.

Um outro desafio pontuado por uma das experiências que já tem a comercialização dos produtos do sistema agroflorestal consolidada, é a formação da equipe de operações para especialização em SAF e também a distribuição adequada da quantidade de pessoas responsáveis por manejar as áreas. Aumentar a eficiência com maquinário, investimento em implementos menores e mais leves que condiz com o propósito do SAF são desafios frequentes.

Outro agricultor pauta ainda o uso de insumos, um dos desafios é o sistema ser autossuficiente. Nesse caso, ainda é utilizado na experiência alguns insumos para adubação orgânica, com a justificativa de trazer um resultado mais rápido a curto prazo, pois não conseguem só com manejo de biomassa dar suporte necessário para o SAF. “Isso não significa que vamos usar pra sempre, mas hoje precisamos desse aporte”. Parte da necessidade desse aporte é a alta demanda de produtos a serem comercializados em um período em que a família

agricultora precisa se manter na propriedade e o SAF ainda não é autossuficiente.

Importante ressaltar que nem todas as experiências têm os mesmos gargalos ou enfrentam os mesmos desafios quando se fala em comercialização. Por exemplo, como já dito antes, em algumas experiências a feira e os circuitos curtos de comercialização foram descritos como desafios devido às limitações específicas dos próprios agricultores, como pouca expressividade econômica, a dificuldade logística e o tempo gasto que a feira demanda, no qual o agricultor se vê muitas vezes dividido entre as demandas de manejar a área ou comercializar. Entretanto para outros agricultores, as feiras e outros tipos de circuitos curtos têm respostas positivas e são soluções certeiras para a construção do vínculo com o consumidor e uma nova relação entre o produtor e consumidor final.

Além dos áudios das entrevistas, outras fontes documentais analisadas foram as planilhas de gargalos e soluções do projeto SEISAF. Ao analisar a planilha, e direcionando para o tema de comercialização e agregação de valor, podemos identificar melhor os gargalos e dificuldades principais de cada experiência, conforme sistematizado no Quadro 1.

**Quadro 1. Principais gargalos de comercialização para cada Experiência.**

<b>Experiência</b>	<b>Gargalos identificados</b>
<b>Assentamento Guapiruvu</b>	Processamento das bananas (chips), juçara, pupunha; dificuldade na logística para as feiras e dependência das políticas públicas.
<b>Sítio Bela Vista</b>	Falta de equipamento para o processamento, isolamento na atividade dentro da comunidade.
<b>Cooperativa Serra e Águas</b>	Adequação às regras e dinâmicas de preços das feiras, adequação às demandas do consumidor, dependência das políticas públicas.
<b>Sítio Agroflorestal</b>	Logística, mão de obra para beneficiamento, espaço para processamento e falta de demanda para o consumo. Formação da equipe para especialização em SAF; Pagar/justificar a mão de obra. Aumentar a eficiência com maquinário; Certificação; A questão filosófica da agroecologia e agrofloresta sendo uma empresa. Como conversar os princípios e o negócio.
<b>Assentamento Ipanema</b>	Processamento das bananas (desidratação).
<b>Assentamento Pirituba II</b>	Logística para as feiras e constância de produtos; dependência das políticas públicas.
<b>Assentamento 17 de abril (Boa Sorte)</b>	Políticas públicas; Baixo retorno financeiro de feira/lojas/restaurantes; Dificuldade em acessar outros canais de comercialização; baixa procura através da venda direta; Certificação orgânica; Beneficiamento.
<b>Assentamento Santa Rosa</b>	Políticas públicas; Beneficiamento e exigência com a aparência do produto nas feiras/pontos.
<b>Assentamento 12 de outubro – Vergel</b>	Dificuldade de conciliação das atividades no tempo gasto com o manejo do SAF e a demanda das feiras;
<b>Assentamento Mário Lago</b>	Dificuldade de organização do coletivo para entrega das cestas e para certificação; Certificação; Processamento das frutas.
<b>Assentamento Horto Bela Vista</b>	Concorrência com o CEASA; Dificuldade de comunicação com os consumidores e coprodutores do CSA; Dificuldade de aproximação e conscientização dos coprodutores do CSA.
<b>Assentamento Olga Benário</b>	Não tem informações suficientes para explorar a questão da comercialização.
<b>Assentamento Sepé Tiaraju</b>	Desvalorização do trabalho do agricultor em relação ao preço que as pessoas querem pagar no produto agroecológico; Dificuldade em processar a polpa das frutas que são perecíveis, exemplo: acerola. Certificação.
<b>Assentamento Santa Rosa</b>	Não tem informações suficientes para explorar a questão da comercialização.
<b>Assentamento Chê Guevara (Santa Clara)</b>	Não tem informações suficientes para explorar a questão da comercialização.
<b>Assentamento Prof. Luiz David de Macedo</b>	Não tem informações suficientes para explorar a questão da comercialização.
<b>Sítio do Vale</b>	Pouca dinâmica de comercialização devido à idade

<b>CONTINUAÇÃO...</b>	<b>do SAF.</b>
<b>Sítio Cachoeira</b>	Não exploram muitos canais de comercialização, apenas feiras e restaurantes.
<b>Sítio Ubatumirim</b>	Dificuldade de gerir a agroindústria; Legislação limita a produção do SAF e consequentemente limita a comercialização. Certificação
<b>Quilombo Camburi</b>	Não existe um planejamento da produção para explorar canais de comercialização. Vendem excedentes. Produção do SAF para subsistência das famílias. Vendas diretas em bancas na beira da estrada.
<b>Quilombo Fazenda</b>	Não tem informações suficientes para explorar a questão da comercialização.
<b>Aldeia Renascer</b>	Dificuldades na comercialização dos produtos; Regularização da banca na feira;
<b>Sítio Terra Santa Cruz</b>	Uso de insumos, ainda não são autossuficientes, usam Supermagro, alguns farelos, adubação orgânica. Não conseguem só com manejo de biomassa dar suporte para o SAF, dificuldade na fase de transição.

Fonte: elaborado pela autora, 2020.

A partir desta tabela, destacam-se alguns gargalos acerca da comercialização dos produtos de SAFs, sendo os principais: processamento, beneficiamento e agroindústria; logística; políticas públicas; certificação orgânica; demanda de manejo do SAF *versus* demanda de tempo para a comercialização; falta de equipamento e maquinário específicos para SAFs, desvalorização dos produtos agrofloretais; e até mesmo a dificuldade de planejamento de produção para comercialização.

E em uma das experiências visitadas um agricultor afirma:

“(...) não acho que a produção no campo seja um gargalo para alcançarmos a viabilidade econômica. Acho que está muito mais na ponta, está na parte do escoamento e do alimento beneficiado e alcançar as certificações necessárias. Mas isso é um ponto que a gente sabe que dá pra sanar. Um gargalo forte é manter o propósito da comercialização no contexto atual. Como fica a questão filosófica da agroecologia e agrofloresta sendo uma empresa? Como conciliar os princípios e o negócio? Até que ponto abrimos mão de alguns valores para viabilizar economicamente dentro de um contexto capitalista?”. (Agricultura de Ribeirão Preto, 2018).

A partir de todo o referencial teórico desenvolvido, este trabalho flerta politicamente na busca de uma comercialização a partir da transformação da relação produtor-consumidor para que haja maior soberania alimentar por parte de quem produz e maior acessibilidade aos alimentos saudáveis por parte de



quem consome. Dessa forma, estas perguntas feitas por um dos agricultores reforçam ainda mais a necessidade de fortalecer a comercialização da agricultura familiar via circuitos curtos.

De fato, é inegável os avanços para a agricultura familiar nas últimas décadas, como por exemplo o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) quem em 1999 criou uma linha de crédito específica, o Pronaf Agroindústria voltada para o financiamento aos agricultores familiares e cooperativas, para investimento em unidades de beneficiamento, processamento e comercialização agrícolas. Entretanto, afirma Mior (2005) que como instrumento, está em desarmonia com a necessidade da agricultura familiar atualmente:

“Passando por uma série de mudanças, o Pronaf Agroindústria é descaracterizado, perdendo parte da estrutura e da filosofia que lhe haviam sido conferidas na origem. Os recursos a fundo perdido, previstos para a área de infra-estrutura e o apoio técnico, deixam de existir. Além disso, há uma clara demonstração de falta de interesse, especialmente pelos agentes financeiros, em implementar na prática a linha Pronaf Agroindústria” (MIOR, 2005, p. 167)

Tanto esta linha de crédito quanto outras linhas como o Pronaf Agroecologia devem ser vistas como possibilidades para novas estratégias de comercialização e para a consolidação da comercialização da agricultura familiar.

### 3.3. ALTERNATIVAS PROMISSORAS PARA MELHORAR A COMERCIALIZAÇÃO E AGREGAÇÃO DE VALOR À PRODUÇÃO DOS SAFS

Diante do universo das experiências visitadas no SEISAF, foram selecionadas 3 experiências com histórico de evolução frente aos desafios expostos nos itens anteriores. Os casos escolhidos são “fotografias” diferentes no espaço tempo. As experiências, além de terem sido visitadas em períodos diferentes, são trazidas aqui de forma sucinta, apenas para melhor entendimento na busca de alternativas mediante aos desafios encontrados durante o processo de comercialização.

### 3.3.1. – Experiência 1 – Sítio Bela Vista

O Sítio Bela vista, localizado do município de Cananeia, litoral sul de São Paulo, é conduzido por uma família de agricultores locais desde meados de 1995. A experiência partiu nos últimos anos para a simplificação do SAF e pela procura por culturas de ciclo mais rápido. Ao diminuir a complexidade do sistema, também tem otimizado a mão de obra já que só a família maneja as áreas.

O SAF tem explorado muitos carro-chefes como a banana, juçara e frutíferas e descoberto espécies com potencial como é o caso do Maná Cubiu (*Solanum sessiflorum*), espécie frutífera nativa e ainda pouco explorada, está trabalhando com a perspectiva de aumentar a produção e a densidade de indivíduos no sistema, pois tem grande demanda na feira combinada à proposta de vender para o mercado farmacêutico, afinal o Maná Cubiu tem propriedades medicinais. A propriedade tem aproximadamente 500 pés da planta e ao entender os aspectos técnico-produtivos, apropriou-se dos processos de beneficiamento e passou a comercializar a polpa do maná cubiu nas feiras.

O Sítio também faz parte do projeto SOS Abelhas Sem Ferrão, realizando um trabalho de preservação das espécies nativas de abelhas. As abelhas nativas além de serem responsáveis por grande parte da polinização do SAF, produzem o mel que também é um carro-chefe proveniente do sistema.

Em relação as estratégias de comercialização da experiência, uma tendência positiva é o agroturismo, que foi bem explorado e se consolidou como um novo canal de comercialização. O sítio recebe visita de escolas, excursões de clientes da feira e da comunidade da igreja com o objetivo de conhecer a agrofloresta. A ideia da experiência é aproximar os consumidores das áreas de plantio. Para isso, existem áreas onde o desenho do SAF é mais didático, aumentando as frutíferas, com enriquecimento diferenciado das espécies, deixando as áreas de visita mais atrativas para este tipo de público.

A partir da visitação, a comercialização faz o caminho contrário e os próprios consumidores passam a comprar diretamente no Sítio, seja nos dias da visita, ou

mesmo em viagens ao passar próximo a propriedade. O agroturismo alavanca outros canais de comercialização, como a venda direta na propriedade, e conseqüentemente o processamento e beneficiamento dos produtos do SAF. Além disso, ao conhecer o SAF como sistema de produção, ocorre uma maior valorização por parte de consumidores conscientes, ao reconhecerem a importância do produto ser de agrofloresta. Um exemplo mencionado pelo Clodoaldo é a pupunha, a qual muitos consumidores dizem ter até um sabor diferenciado e também a fabricação de geleias, doces e compotas.

O processamento também é realizado de maneira familiar e artesanal, e o principal produto processado é a banana. O Sítio Bela Vista processa ao todo mais de 12 produtos dentre eles: mel, doce de banana com e sem açúcar, banana desidratada, palmito inteiro, palmito picado, licor de amora/jabuticaba, conservas e geleias com frutas da época, polpa de laranja, mexerica, maná cubiu, juçara e caldo de cana. É uma atividade semanal e quase 80% da produção é processada.

Durante a entrevista, foram identificados alguns produtos potenciais e com grau de inovação: a polpa e geleia de juçara e mel de abelha nativa. Outras frutíferas com potencial são Grumixama, Cajá-manga e Goiaba. No caso do maná cubiu, deixou de ser apenas um produto apenas com potencial e passou a ser importante carro-chefe para a renda familiar, sendo hoje essencial a produção dessa fruta. É perceptível a importância que o agroturismo teve para a consolidação das estratégias de comercialização no Sítio Bela Vista e como as estratégias estão modificando as áreas de SAF na propriedade.

### **3.3.2. – Experiência 2 – Assentamento Mario Lago**

O Assentamento Mario Lago nasceu em abril de 2003 e é fruto de uma ocupação na Fazenda da Barra por moradores do município de Ribeirão Preto, Serrana e Franca que foram recrutados pelos dirigentes regionais do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST) para a ocupação após estudos que comprovavam o descumprimento das leis de proteção ambiental, devido à contaminação do aquífero guarani pela infiltração de agroquímicos por parte dos antigos proprietários da fazenda (GOMES, 2015).

Entretanto, foi só em maio de 2007 que o Tribunal Regional Federal da 3ª Região concedeu a imissão de posse da Fazenda da Barra (1.541,34 hectares) para os assentados. Após algumas fragmentações e a criação de mais dois assentamentos distintos (Santos Dias e Índio Galdino), o assentamento Mário Lago comportava cerca de 300 famílias, em maio de 2008, porém foi estabelecido pelo INCRA que seriam assentadas apenas 264 famílias. Sendo assim, o requisito principal de escolha das famílias pelos líderes do MST foi o de maior tempo de permanência no local. Estabeleceu-se também que cada família receberia 1,58 hectares de área individual (GOMES, 2015).

A partir disso, começou-se a pensar um modelo ideal de assentamento para o Mario Lago, e junto ao Ministério Público e Departamento Estadual de Proteção de Recursos Naturais, a sociedade civil e os movimentos sociais, chegou-se a dois modelos base: o Projeto de Desenvolvimento Sustentável (PDS), que garante o manejo ecológico e sustentável através de estratégias produtivas e organizativas a recuperação do meio ambiente, e a Comuna da Terra – que prevê, dentre outras coisas, a posse coletiva da terra, a produção agrícola 100% ecológica, bem como a proteção de 35% da área total do assentamento, sendo 20% área de proteção permanente e 15% área de produção agroflorestal. Um ponto interessante aos princípios da Comuna da Terra é o desenvolvimento dos assentamentos próximos aos principais centros de consumo, tendo assim o processamento da produção camponesa facilitado e sua agroindústria e comercialização direta, agregando valor à produção excedente que seria direcionada ao mercado. (BELLENTANI, 2010; RAMOS FILHO, 2013).

Durante o período de visitas e entrevistas no Assentamento Mario Lago, pudemos nos aproximar da rotina de algumas famílias e entender os desafios e perspectivas da experiência. Atualmente, o Assentamento trabalha em coletivo com a comercialização de cestas de produtos agroflorestais pela cooperativa Comuna da Terra. A ideia de comercializar cestas surgiu a partir da dificuldade de escoar toda a produção agroflorestal e não agroflorestal das famílias do Assentamento e hoje, a cooperativa tem um papel essencial para a consolidação da comercialização.

As cestas são montadas por pessoas na cooperativa do Assentamento e existem têm dois tamanhos, grande e pequena. A grande de 9kg, em média

contém 12 itens. E a cesta pequena, em média 5 kg com o mesmo número de itens. Ainda assim, a 5 kg já é bem servida, dizem as pessoas que consomem. Os assentados avaliam a comercialização em cestas como algo bom. O custo da cesta pequena é de R\$14,00 sendo esta vendida por R\$32,00. A grande, o custo é de R\$22,00 e o preço final R\$45,00.

Um outro canal acessado pelo assentamento são as feiras, e a cooperativa também intermedia este canal. O assentamento utiliza um sistema de pregão via *WhatsApp* com os alimentos que os agricultores dizem ter disponíveis e depois os mesmos produtos são revendidos nos pontos de feiras com preços diferentes. A cooperativa compra tudo por “kg” do agricultor por um preço fixado anualmente e vende por “maço”, “unidade” ou “kg” na feira. O ponto positivo para o agricultor é a segurança, pois a cooperativa assume o risco da perda caso nada seja vendido.

O pregão funciona segundo a necessidade dos pedidos. Dessa forma, a demanda é dividida entre os agricultores. Se há necessidade de entrega de 100 pés de alface, cada agricultor contribui igualmente para a entrega. No caso de 10 agricultores, seriam 2 pés para cada um. Isso faz com que os agricultores plantem um pouco de cada coisa, favorecendo a diversidade de alimentos produzidos e ofertados.

Para facilitar e otimizar o tempo dos agricultores, a cooperativa está testando a comunicação via *WhatsApp*. Os agricultores que entregam os produtos para as feiras já postam o que tem e os consumidores da feira já fazem os pedidos online pelo aplicativo. Dessa forma os agricultores levam uma quantidade aproximada nos pontos de entrega, sendo o excedente facilmente escoado diminuindo o risco de perda. Ao todo são 5 pontos em Ribeirão Preto e estão pensando em diminuir para 2 por questão de logística.

Além das cestas e os pontos de feira, o Mario Lago entrega alimentos para as merendas de Franca e Ribeirão Preto através do PNAE. Atualmente, entregam em 310 escolas sendo que o próprio assentamento que se responsabiliza pela logística. O grande volume de alimentos produzidos e o apoio por parte da cooperativa tem sustentado o assentamento nesse tipo de canal. Os agricultores explicam que muitas vezes as pessoas acabam abandonando, pois

é difícil entregar nas escolas a um preço de feira com embalagem e transporte mesmo sabendo da segurança do mercado institucional.

O papel da cooperativa é importante para a organização dos agricultores em coletivo e estimular a partir do crédito rotativo, à produção de alguns itens que faltam nas feiras, além de fomentar cursos de capacitação dos agricultores. Entretanto, a nível de planejamento de produção cada agricultor fica livre para produzir o que gosta. Nesse aspecto, a cooperativa percebe a participação da família nos lotes. As mulheres coordenam mais do que os homens as atividades na comercialização e no lote. “As mulheres são mais detalhistas na diversidade e quantidade do que tem para colher na propriedade”.

Além das experiências de comercialização coletivas do Mario Lago, o assentamento também contempla agricultores que comercializam individualmente.

### **3.3.3. – Experiência 3 – Assentamento Sepé Tiaraju**

O assentamento Sepé Tiaraju também é resultante de uma ocupação organizada pelo Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST) em 17 de abril de 2000 na fazenda Santa Clara que foi embargada pelo governo em 1992 como parte do pagamento das dívidas dos proprietários junto ao fisco estadual, cujas terras eram da Usina de açúcar e álcool Nova União. Após 4 anos de luta e de muitas tentativas de desocupação o assentamento nasce da luta da reforma agrária, criado com 80 famílias e localizado na zona rural do município de Serra Azul interior do estado de São Paulo. As famílias estão organizadas em quatro núcleos, sendo eles: Zumbi dos Palmares, Chico Mendes, Paulo Freire e Dandara. (RAMOS FILHO, 2013)

O assentamento Sepé Tiaraju foi criado com uma nova perspectiva de reforma agrária e um novo modelo de assentamento, que era implementar a produção de base agroecológica. Desta forma, o assentamento Sepé Tiaraju seguiu os mesmos propósitos da Comuna da Terra e PDS.

“O PDS previsto em regulamento do INCRA busca conciliar a liquidação populações humanas em áreas de interesse ambiental, com a promoção do desenvolvimento sustentável. Em geral, seu objetivo é garantir a reprodução socioeconômica das famílias assentadas e, ao mesmo tempo, promover a

recuperação e preservação do meio ambiente, resgatando ou conservando a biodiversidade regional.” (RAMOS FILHO, 2012).

Neste contexto, foram implantados 35 SAFs no Assentamento Sepé Tiaraju em setembro de 2014, por meio de parceiros (Embrapa, UFSCar, Unesp, IBS, etc) e de uma política pública estadual o programa de Microbacias II - PDRS/SMA) que tem como objetivo a consolidação e ampliação das famílias praticantes dos sistemas agroflorestais (SAFs). Ao todo foi implantado um total de 25,4 hectares. O projeto também previu melhorias e adequação das estruturas de beneficiamento, visando à agregação de valor aos produtos agroflorestais.

A partir da produção dos SAFs as famílias atualmente comercializam seus produtos em 4 canais de forma individual: no mercado institucional, nas feiras, para atravessadores e de forma coletiva em um grupo de consumo consciente chamado GCA Sepé Tiaraju.

Uma estratégia utilizada pelo Assentamento Sepé Tiaraju que vem ganhando destaque é a comercialização de cestas para um grupo de consumidores conscientes. A ideia inovadora está em prática no assentamento desde janeiro de 2020 e compõe um grupo de 5 famílias agricultoras que fornecem os produtos dos SAFs para aproximadamente 25 consumidores que pagam mensalmente pelo recebimento das cestas:

“Plantas alimentícias não convencionais (Pancs), plantas medicinais, flores comestíveis e produtos beneficiados ganharam tônica com o fomento desse novo formato de comercialização, que até então era desconhecido por parte das famílias agricultoras, e que permitia a inclusão de itens não valorizados em outros canais de comercialização. Assim, a surpresa e a motivação de já possuírem produção real em seus lotes, reforçou ainda mais a vontade de participar de um grupo de consumo responsável e agroecológico. Nesse momento, os olhares para os quintais produtivos foram evidenciados, principalmente das mulheres agricultoras participantes do grupo, pois é nesses quintais que a maior parte da agrobiodiversidade se encontra” (LIMA *et. al.* 2020; p.2)

Nesse trabalho Lima *et. al.* (2020), afirma que a agrobiodiversidade em pequenos espaços de produção pode ser uma vantagem quando o destino da produção é definido através de um grupo de consumo consciente. Além disso, a diversificação da agrobiodiversidade dentro dessa experiência no Assentamento

Sepé Tiaraju mostra que é possível a geração de renda em propriedades familiares de pequena escala.

A listagem dos produtos ofertados é feita semanalmente pelo grupo de comissão organizadora que intermedia a comunicação entre os produtores e consumidores e seguem alguns critérios como: i) a diversidade entre os tipos de alimentos *in natura* e aqueles minimamente processados (legumes, folhas, frutas, raízes, temperos, medicinais e PANCS) ii) priorizar a alternância dos produtos que vão nas cestas; e iii) distribuição financeira mais equânime possível entre as famílias produtoras (LIMA et. al. 2020). Depois de feito esse levantamento preliminar de quais produtos que podem ser colhidos e suas quantidades dentro desses critérios, é confirmada a listagem final de produtos.

As retiradas por parte dos consumidores são semanais próximo a USP Ribeirão Preto e contam com ajuda dos estudantes da universidade e jovens amigos conhecidos do assentamento para realização da organização e distribuição das cestas. O planejamento da produção é feito conjuntamente com alguns membros da comissão organizadora que ajudam os agricultores a definirem o que pode ser plantado de acordo com demandas comerciais, mas também é levado em consideração o que cada agricultor gosta de produzir, quais são as limitações dos agricultores e quais culturas têm maior afinidade de produzir, além da sazonalidade das espécies cultivadas em relação ao local de produção.

Com a criação do GCA Sepé Tiaraju o grupo ampliou as formas de comercialização, gerando renda extra, além de incentivar as famílias agricultoras a olhar sob outras perspectivas os próprios produtos cultivados. A produção agroecológica para o grupo de consumo também levou as famílias a valorizar o trabalho das mulheres dentro da unidade produtiva, já que muitos produtos demandados são cuidados por elas como PANCS, medicinais, temperos, etc.

#### **4. CONCLUSÕES**

A partir da realização deste trabalho fica evidente a necessidade da reconstrução da relação entre agricultores e consumidores. De todos este é o



maior desafio. De certa forma é um exercício, a partir do incentivo às agriculturas de base ecológica, ao comércio justo e local além de ser um caminho para consolidar um modelo alimentar ecologicamente correto e acessível para todos. Os consumidores têm um papel importante na tomada de consciência sobre a questão da alimentação e no estímulo à novas práticas de comercialização. O CSA e Grupos de Consumo Responsáveis podem ser soluções pensadas a partir dos consumidores e não somente do esforço dos agricultores em estabelecer canais de comercialização que aproximem.

Dessa forma, é preciso incentivos públicos tanto para o produtor, a fim de que este produza de forma ecológica, quanto para o consumidor que deve ter acesso a um alimento saudável. É de extrema importância que as atenções do meio rural estejam voltadas para realização de uma agricultura que estabeleça relações saudáveis em toda sua constituição.

Diante de um declínio das políticas públicas, as formas de comercialização via circuitos curtos são alternativas interessantes para a agricultura familiar. Em todas as experiências de SAFs visitadas cabe a exploração dessa modalidade de comercialização e pode-se afirmar que são potentes na geração de renda, na agrobiodiversidade, na mudança de percepção das famílias em relação aos SAFs e unidade produtiva como um todo além de trazer elementos importantes para o debate e fortalecimento da agricultura de base ecológica de pequena escala.

Por fim, se faz necessário a adequação do melhor tipo de Sistema Agroflorestal para cada agricultor e um suporte que vai além do esforço para a implantação e/ou manutenção das áreas de SAFs. É necessário o acompanhamento das áreas, da melhoria em técnicas de manejo, da inserção de espécies multifuncionais e de interesse econômico, mas principalmente estudos voltados para as estratégias de comercialização desses produtos e como a agricultura familiar se consolida frente a isso.

## 5. BIBLIOGRAFIA

ABDO, M. T. V. N.; VALERI, S. V.; MARTINS, A. L. M. Sistemas agroflorestais e Agricultura familiar: uma parceria interessante. **Revista Tecnologia & Inovação Agropecuária**, v. dezembro, p. 50-59, 2008.

ALTIERI M.A., NICHOLLS, C. 2001. **Agroecología**: principios y estrategias para una agricultura sustentable en la América Latina del Siglo XXI. Disponível em: <<http://www.agroeco.org>>.

**Altas do agronegócio**: fatos e números sobre as corporações que controlam o que comemos. Maureen Santos, Verena Glass, organizadoras. – Rio de Janeiro : Fundação Heinrich Böll, 2018. 60 p.; il.; 29,7cm

AURÉLIO SOBRINHO, C. **Desenvolvimento sustentável**: uma análise a partir do Relatório Brundtland. 2008. 197 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Filosofia e Ciências, 2008. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/88813>>.

BEDIN, Eliete et al. Formação de OCS – Organismo de Controle Social em Planaltina - DF. **Cadernos de Agroecologia**, [S.l.], v. 9, n. 4, feb. 2015. ISSN 2236-7934. Disponível em: <<http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/cad/article/view/16498>>. Acesso em: 05 jan. 2021.

BELLENTANI, N. F. **Indicadores de desenvolvimento humano no campo e na cidade - Ribeirão Preto, SP**. Presidente Prudente - SP: FCT/Unesp. 2010. 181fl. (Dissertação de Mestrado)

CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A. Agroecologia: Enfoque científico e estratégico. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, Porto Alegre, v. 3, n. 2, p.13-16, abr./jun. 2002.

CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A. **Agroecologia e Extensão Rural**: Contribuições para a Promoção do Desenvolvimento Rural Sustentável. Porto Alegre: S/e, 2004. 166 p.

CASSARINO, J.P. Agrofloresta, autonomia e projeto de vida: uma leitura a partir da construção social dos mercados. In: **Agrofloresta, Ecologia e Sociedade**. STEENBOCK, W. (Org.) Curitiba: Kairós, 2013, 422 p.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A.. Redes Alimentares Alternativas e Novas Relações Produção-Consumo na França e no Brasil. **Ambiente & Sociedade**, São Paulo, v. 19, n. 2, p.1-22, abr. 2016.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A.. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Agriculturas**, Curitiba, v. 10, n. 2, p.1-9, jun. 2013.

FONINI, R.; LIMA, J. E. de S.; **Agrofloresta e alimentação: o alimento como mediador da relação sociedade-ambiente.** In: **Agrofloresta, Ecologia e Sociedade.** STEENBOCK, W. (Org.) Curitiba: Kairós, 2013, Cap. 8. p.197-233

GOMES, O. D.. **Agrofloresta e Reforma Agrária: O caso do assentamento Mario Lago em Ribeirão Preto – SP.** 2015. 53 f. TCC (Graduação) - Curso de Bacharel em Geografia, Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita, Rio Claro, 2015.

GOULDEL, F. **Agrofloresta Na Agricultura Familiar: O Caso dos Agricultores Associados à Cooperafloresta.** 2008. 155 f. TCC (Graduação) - Curso de Engenharia Agrônoma, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

HESPANHOL, Rosângela Aparecida de Medeiros. **Programa de Aquisição de Alimentos:** limites e potencialidades de políticas de segurança alimentar para a agricultura familiar. Soc. nat., Uberlândia , v. 25, n. 3, p. 469-483, Dez. 2013 .

KHATOUNIAN, C. A. **A reconstrução ecológica da agricultura.** Botucatu: Agroecológica, 2001. 348p.

KIYOTA, N.; GOMES, M.A.O. **Agricultura Familiar e suas estratégias de comercialização:** um estudo de caso no município de Capanema-Região Sudoeste do Paraná. Organizações Rurais e Agroindustriais, Revista de Administração da UFLA v.1, n.2. Ago/Dez 1999.

KLUTH, B.; BOCCHI, JR. U.; CENSKOWSKY, U. **Pesquisa sobre o comportamento e a percepção do consumidor de alimentos orgânicos no Brasil – 2010.** München, Germany: Organic Services e Jundiaí-SP: Vitalfood, 2011, 38p.

LEFF, E. O Renascimento do Ser no Concerto do Saber. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável.** Porto Alegre, v. 3, n. 1, p.36-50, jan./mar. 2002.

LIMA, L. T. M. *et al.* **Diversificação de cultivos e comercialização:** apontamentos sobre geração de renda através de um grupo de consumo responsável. In: VII CONGRESSO LATINO AMERICANO DE AGROECOLOGIA, 7., 2020, Montevideo. 2020. v. 1, p. 1-5. Disponível em: <https://www.agroecologia2020.com/>. Acesso em: 07 jan. 2020.

MALUF, R.S. **Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil:** agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. Ensaio FEE 25 (1). 2004. Disponível em Acesso em 25/04/2019.

MIOR, L. C. **Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural.** Chapecó: Argos, 2005. 338 p.

NAIR, P. K. R. **An introduction to Agroforestry**. The Netherlands, Kluwer Academic Publishers with ICRAF. 1993. p. 496

SOLER, M. M. **El contexto socioeconómico de la agricultura ecológica: la evolución de los sistemas agroalimentarios**. Master en Agroecología: un enfoque sustentable de la agricultura Ecológica. Universidad Internacional de Andalucía/Universidad de Córdoba. *Texto inédito*, 2009.

PETERSEN, P. **Agroecologia: um antídoto contra a amnésia biocultural**. Prefácio In: **A Memória Biocultural: a importância ecológica das sabedorias tradicionais** / Victor M. Toledo; Narciso Barrera Bassols; tradução [de] Rosa L. Peralta. – 1. ed.- São Paulo: Editora Expressão Popular, 2015.

PONISIO, L. C., et al. **Diversification practices reduce organic to conventional yield gap**. Proc. R. Soc. B 282:20141396. 2014.

QUEIROGA, J. L. de et al. Agrofloresta: Sistematização de Experiências e Principais Gargalos Enfrentados por Agricultores Assentados da Reforma Agrária do Estado de São Paulo. **VIII Simpósio Sobre Reforma Agrária e Questões Rurais: Terra, Trabalho e Lutas no Século XXI: Projetos em Disputa**, Araraquara, v. 1, n. 1, p.1-15, jun. 2018.

RAMOS FILHO, L. O. **Reforma agraria y transición agroecológica en una zona de grandes monocultivos de caña de azúcar: el caso del Asentamiento Sepé Tiaraju, región de Ribeirão Preto, Brasil**. 2013. 381 f. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Agroecologia, Departamento de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Cordoba, Córdoba, 2013.

SANTOS, A. C. dos. A Agrofloresta Agroecológica: Um Momento De Síntese Da Agroecologia, Uma Agricultura Que Cuida Do Meio Ambiente. **Deser - Departamento de Estudos Socio-econômicos Rurais: Conjuntura Agrícola**, [s.l.], v. 156, n. 1, p.1-6, fev. 2007. Disponível em: <<http://www.deser.org.br/documentos/doc/Agrofloresta.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2019.

SÁ-SILVA, J. R.; ALMEIDA, C. D. de; GUINDANI, J. F. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, São Leopoldo, v. 1, n. 1, p.1-15, jul. 2009

SCARABELOT, M.; SCHNEIDER, S. As Cadeias Agroalimentares Curtas e Desenvolvimento Local: Um Estudo de Caso no Município de Nova Veneza/Sc. **Faz Ciência: UNOESTE**, Francisco Beltrão, v. 14, n. 19, p.101-130, jan. 2012.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez, 2000.

SILVA, L. da. **Desafios e Perspectivas da Legislação Ambiental para Adoção dos Sistemas Agroflorestais no Estado de São Paulo**. 2018. 46 f. TCC (Graduação) - Curso de Bacharelado em Agroecologia, Departamento de Desenvolvimento Rural, Universidade Federal de São Carlos, Araras, 2018.

STEENBOCK, Walter et al. **Agrofloresta, ecologia e sociedade**. Curitiba: Kairós Edições, 2013. 422 p.

UENO, V. A.; NEVES, M. C.; QUEIROGA, J. L de; RAMOS FILHO, L. O.; OLIVEIRA, L. P. de; Estratégias De Comercialização Da Agricultura Familiar: Estudos De Caso Em Assentamentos Rurais Do Estado De São Paulo. In: Simpósio UNIARA-NUPEDOR, 7., 2016, Araraquara. **Anais...** . Araraquara, 2016. p. 1 -14.

XAVIER, M. G. B. **Sistemas agroflorestais na transição agroecológica**: desafios na produção e manejo de biomassa no assentamento Sepé Tiaraju (SP). 2017. 52 f. TCC (Graduação) - Curso de Bacharelado em Agroecologia, Departamento de Desenvolvimento Rural, Universidade Federal de São Carlos, Araras, 2017.

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

WILKINSON, John. **Mercados, redes e valores**: o novo mundo da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da UFRGS: Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, 2008.