



AGRICULTORES FAMILIARES INTEGRADOS A REDE ECOVIDA: VALORIZANDO PRÁTICAS AGROECOLÓGICAS COM VISTA A UM TERRITÓRIO SUSTENTÁVEL*

Mara Irene Engelmann**
Dirceu Basso***

RESUMO

O processo participativo dos agricultores familiares da Rede Ecovida é determinante na construção de aspectos de confiabilidade e troca de experiências entre os mesmos e com os consumidores. Nascida por meio de reivindicações por uma agricultura mais sustentável, a Rede, está ancorada sob princípios de produção agroecológica. A Rede Ecovida esclarece que algumas regras gerais são estabelecidas quando se trata de comercialização dos produtos da produção agroecológica, que são: o acesso à toda população por meio de preços mais justos, a reciprocidade entre agricultores e consumidores, além da priorização do mercado interno tendo em vista os mercados locais. A dinâmica da Rede é movida por projetos de vida, os quais sustentam a autonomia de cada indivíduo com vista à valorização do meio ambiente como lugar e espaço a ser preservado através de uma produção mais sustentável e saudável. As questões sobre a qualidade, origem e produção saudável dos alimentos, as quais estão imbricadas no tema do consumo consciente, também se encontram ressaltadas na sociedade a partir de reivindicação de consumidores. Observa-se que a valorização do agricultor não convencional se faz necessária, face à rápida evolução do agricultor moderno convencional altamente ligado a agricultura capitalista e globalizada.

Palavras-chave: Agroecologia, comercialização, rede.

ABSTRACT

The participative process of the family farmers of the Ecovida Network is decisive in the construction of aspects of reliability and exchange of experiences between them and with the consumers. Born through demands for more sustainable agriculture, the Network is anchored under principles of agroecological production. The Ecovida Network clarifies that some general rules are established when it comes to the marketing of agroecological products, which are: access to the whole population through fair prices, reciprocity between farmers and consumers, in addition to the prioritization of the internal market. In view of local markets. The dynamics of the Network is driven by life projects, which sustain the autonomy of each individual with a view to valuing the environment as a place and space to be preserved through a more sustainable and healthy production. The questions about the quality, origin and healthy production of food, which are embedded in the theme of conscious consumption, are also highlighted in society from consumer demand. It is observed that the appreciation of the unconventional farmer is necessary, given the rapid evolution of conventional modern farmer highly linked to capitalist and globalized agriculture.

Keywords: Agroecology, marketing, network.

* Artigo teórico da dissertação de mestrado em construção, a ser apresentado no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural Sustentável da Universidade do Oeste do Paraná- *Campus* Marechal Cândido Rondon.

** Mestranda no no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural Sustentável da Universidade Estadual do Oeste do Paraná. E-mail: maraiengelmann@gmail.com

*** Docente da Universidade Federal da Integração Latino Americana e atuante, através de convênio institucional, no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural Sustentável da Universidade Estadual do Oeste do Paraná. E-mail: dirceu.basso@unila.edu.br



1. INTRODUÇÃO

As formas de produção sustentáveis as quais englobam a soberania alimentar, a agroecologia, bem como a consequente valorização de produtos locais estão cada vez mais sendo reivindicadas por agricultores familiares, consumidores e apoiadas por políticas públicas, pois acabam garantindo alimento mais saudável à população, bem como respeitam e preservam o meio ambiente (MEIRELLES, 2004). Para que aja uma conquista e um reforço da idealização dessas reivindicações, esses atores sociais, “interagem com organizações cuja natureza está correlacionada com seu projeto de produção, com sua racionalidade produtiva, num processo cultural de ação social visando à reapropriação da economia a partir de valores próprios” (PORTILHO, 2009 *apud* BASSO e GEHLER 2015, p. 30).

A Rede Ecovida é referência de organização que contempla princípios da produção agroecológica e que por sua vez valoriza o consumo de alimentos produzidos localmente. Meirelles (2004, p.13) destaca que os membros da Rede “têm buscado privilegiar os mercados locais para o escoamento de sua produção”. Segundo Darolt (2013, p. 148), “no Brasil, a maioria dos produtores de base ecológica com bons resultados de comercialização em circuitos curtos tem utilizado pelo menos dois canais de venda, feiras e programas de governo”.

De acordo com Sepulcri e Trento (2010), os mercados locais resultam estratégicos para os agricultores familiares, pois essa parcela importante da categoria social, não obstante, são menosprezados no processo de comercialização, em particular no mercado de commodities.

Tendo em vista a forma de produção e comercialização dos integrantes da Rede, o artigo tem como objetivo trazer aspectos teóricos para compreender a importância desta iniciativa na sustentabilidade no território, nas dimensões socioambientais, bem como na sociabilidade do mercado a partir da racionalidade do agricultor familiar não convencional (BASSO e GEHLEN, 2015). A abordagem trata do mercado de proximidade, ou melhor, do mercado alternativo, agroecológico com prevalência de venda local.

De acordo com Engelman (2015), “os modos que caracterizam de maneira geral os agricultores familiares pertencentes a rede, constituem formas diferenciadas de enxergar o trabalho no meio rural, bem como estabelecem seus próprios objetivos de vida”. Dessa forma Basso (2013, p. 49), reforça que “ao desenvolverem suas experiências de vida e de produção, os atores sociais lutam para ser percebidos em suas maneiras particulares de conduzir suas ações e para ter acesso ao universal”.

Nesse sentido Engelman (2015) ainda destaca que, “a Rede Ecovida reflete uma dinâmica importante tanto na autonomia individual e, na construção de projetos de vida dos indivíduos, quanto na construção de um projeto coletivo com múltiplas racionalidades e que não se limitam a questões econômicas, o que difere a rede em todo seu contexto”.

Segundo (Granovetter 1985 *apud* Basso e Gehlen, 2015, p.29), “os agricultores não convencionais mantêm vínculos enraizados territorialmente, sustentados por questões de confiança e inseridos em redes sociais”. Ainda de acordo com Basso e Gehlen (2015, p. 29-



30) esses agricultores “estabelecem vínculos com mais de uma rede social para comercializar seus produtos. Desse modo, ampliam as condições com vistas à sustentabilidade socioeconômica”. Referente ao mercado em que a Rede Ecovida estabelece seu vínculo, Wilkinson (2008, p.93), aborda sobre a noção de rede de Granovetter, o qual se refere a redes sociais com a noção de construção social, “onde o tipo de rede social é correlacionado com a forma de funcionamento do mercado”.

Os princípios agroecológicos aos quais os integrantes da rede têm inserido em sua forma de produção agrícola, contribuem para fortalecer a sustentabilidade local e por sua vez acabam sendo referência num debate mais aprofundado sobre o desenvolvimento sustentável. Para Magnaghi (2009, p. 291) “um desenvolvimento local autossustentável, fundado no reconhecimento e valorização das identidades dos lugares deve, antes da mais nada, ser um desenvolvimento da sociedade local [...]” (MAGNAGHI, 2009 *apud* Saquet 2015, p. 121).

A Rede Ecovida dividida por núcleos na região sul do Brasil, possui características particulares na construção e na contribuição do desenvolvimento local em cada núcleo em que se estabelece. De acordo com Saquet (2015, p. 125) “a construção de lugares-territórios deve se dar valorizando as identidades, os movimentos sociais, os patrimônios históricos, o trabalho autônomo e coletivo, os espaços públicos, as paisagens, as pequenas cooperativas de trabalhadores e consumidores [...]”

Frente ao desafio de expansão da agroecologia, verifica-se a importante participação do consumidor nessa luta por uma produção de alimentos mais saudáveis. Portilho et. al. (2011) lembra que, o campo político regula as políticas de distribuição e nutrição, produção alimentar, por meio da percepção de escolhas de consumo. A mesma autora ainda menciona que, a relação que se estabelece entre o consumo e a política está presente nos discursos de movimentos sociais, nas ideologias com objetivo de solucionar “problemas sociais e ambientais, práticas de consumo responsável, consciente, ético ou sustentável”.

No processo de realização da dissertação do mestrado elaborou-se uma problemática que leva em conta a tentativa de responder questões relacionadas a produção agroecológica, tendo em vista a importância da mesma no atual debate da sustentabilidade, a qual inclui segundo Sachs (2002) a dimensão ambiental, ecológica, social, econômica, cultural, territorial, política nacional e internacional.

Busca-se identificar os desafios e as perspectivas do processo agroecológico objetivando seu aprimoramento. Essa hipótese estaria vinculada no sentido de que a influência da globalização, do progresso agrícola acelerado e dos sistemas agroalimentares modernos poderiam estar impactando em parte a expansão da produção agroecológica.

O artigo se encontra dividido da seguinte forma: introdução contendo objetivos e a metodologia, seguido pelos subtítulos: a Rede Ecovida e a sociabilidade dos mercados; a Rede Ecovida de Agroecologia: construindo uma territorialidade orientada pelos valores da sustentabilidade, resultados e discussão e a conclusão. A elaboração do presente artigo tem como suporte metodológico a revisão bibliográfica de livros e artigos de revista, os quais auxiliaram no desenvolvimento do tema abordado.



3. A REDE ECOVIDA E A SOCIABILIDADE DOS MERCADOS

De acordo com Wilkinson (2008), existem diferentes tipologias de mercado para a agricultura familiar, sendo as seguintes: mercado de comomodities, especialidades, orgânicos, artesanais, solidários e institucionais. O autor, ainda, reforça que para a sustentabilidade de parte importante da agricultura familiar, objetivando a permanência futura da família no meio rural, evidencia-se a necessidade de estratégias produtivas diversificadas e de diferentes canais de mercados.

Em relação a caracterização dos produtores da Rede Ecovida, os mesmos se encaixam na categoria da agricultura familiar. De acordo com Basso e Gehlen (2015) os agricultores familiares modernos adotam diferentes racionalidades produtivas dentre delas a categoria de agricultor moderno não convencional, dessa forma estabelecem formas de comercialização e trabalho diferenciados, onde por vezes necessitam buscar adaptações que auxiliam na continuidade de suas atividades para a consequente permanência e sucessão familiar no meio rural.

Os agricultores da Rede estão inseridos no mercado de proximidade, bem como em mercados institucionais como o PAA e PNAE e, comercializam seus produtos localmente e por um circuito conectado dentro da própria rede, assim estabelecendo também a proximidade nos mercados regionais. Sobre a comercialização da Rede Ecovida, portanto, segundo Perez (2009, p. 204) “dentre os princípios e objetivos de trabalho propostos pela Rede, torna-se bastante evidente sua preocupação em indicar aos seus membros uma orientação pela busca de estratégias de mercado baseadas no comércio justo e solidário e, conseqüentemente, a priorização dos mercados locais”.

Para Conterato *et al* (2007), a agricultura vem se modificando no decorrer da história. As transformações vivenciadas pelos agricultores, orientadas pela lógica da modernização, e a intensificação do processo de globalização das redes de mercado tem exigido de parte dos agricultores a necessidade de readequar suas estratégias produtivas com vista a outros mercados.

Ao mesmo tempo, o aparecimento de demandas pelos consumidores por produtos mais naturais e saudáveis, assim como as políticas públicas e os movimentos sociais impulsionam o surgimento de mercados alternativos. De acordo com Niederle (2009, p. 6), esses mercados “se consolidam a partir da disseminação de uma série de “mercados alternativos” como especialidades de nicho, orgânicos, artesanais, solidários e institucionais”. Em relação a esse tipo de mercado, Niederle (2009) ainda destaca o seguinte:

O estudo de Hinrichs (2000) sobre mercados agrícolas diretos assume uma postura similar neste sentido. [...] Estes mercados têm sido vistos como uma espécie de contraponto aos sistemas de produção e distribuição de alimentos de larga escala representados por mercados globais impessoais e anônimos. Expressões de proximidade e confiança, baseados na familiaridade e pertencimento à comunidade, ligados às necessidades e interesses locais e privilegiando relações entre produtores e consumidores geograficamente próximos, os mercados diretos seriam um típico exemplo de mercado embedded. Sem abdicar deste componente de enraizamento,



Hinrichs demonstra que não é ausente deste tipo de mercado alternativo comportamentos que evocam a lógica do preço (marketness) e o planejamento de metas econômicas projetadas a partir de uma racionalidade econômica [...], o que faz com que a noção de embeddedness torne-se mais nuançada e as distinções entre mercados pessoais e impessoais menos clara. (NIEDERLE, 2009, p.20).

Em uma análise mais aprofundada sobre mercados e nesse universo da complexidade, Wilkinson (2008, p.17) menciona que “podemos identificar pelo menos quatro formas tradicionais de acesso aos mercados: acesso direto, sobretudo no caso de mercado local (informal); intermediação via atravessador; integração com a agroindústria e compras por parte do poder público”. No que se refere a relevância de mercados para a agricultura familiar, o mesmo autor ainda destaca que, essa é “conquistada por distintos processos de fidelização com base na identificação dos produtos e dos processos produtivos com características específicas”.

Os mercados baseados em uma lógica de proximidade, contemplam o que Weber se refere ao mercado como uma ação social onde as instituições orientam o comportamento dos indivíduos (RAUD-MATTEDI, 2004).

Relacionar esse tema sobre mercados e a agricultura familiar, torna-se um quanto desafiador na medida em que encontramos diferentes valores que orientam os diferentes tipos de mercado. Neste âmbito, Basso (2013) observou uma correlação positiva entre os valores que orientam a maneira de fazer a agricultura e os valores que orientam o acesso aos mercados.

Para Veiga (1996), a agricultura familiar aponta enormes vantagens em termos de desenvolvimento rural, por se caracterizar diversificada, além de apresentar um perfil distributivo e incluir aspectos sócio-culturais. O autor reforça também que a “promoção da agricultura familiar como linha de estratégia de desenvolvimento rural está finalmente entrando na agenda política do Brasil” (VEIGA, 1996, p.397). Diante disso, Schneider destaca o que Veiga e Abramoway afirmam sobre a agricultura familiar e seu potencial:

[... a valorização da agricultura familiar e o reconhecimento de seu potencial dinamizador das economias locais talvez seja o principal ponto de consenso. Em maior ou menor medida, sustentam o argumento de que a capacidade de inovação dos agricultores familiares e sua interação com as instituições locais são fundamentais para que possam ampliar a geração e agregação de valor, assim como reduzir custos de transação e estimular economias de escopo. (SCHNEIDER, 2007, p. 19).

Dessa forma, o papel de parcela dos agricultores familiares se enquadra em importantes aspectos de desenvolvimento, na medida em que promove diferentes visões e valores referentes ao mercado por meio de uma produção mais diversificada, da valorização local e cultural, da proximidade com os consumidores, da comercialização como oportunidade de diversificar os mercados sem seguir padrões tecnológicos homogeneizadores. Dessa forma, conforma-se um desenvolvimento rural numa perspectiva de inclusão dos agricultores, no



qual diversas categorias de produtores possam atuar e desenvolver suas atividades sem que tenham que se enquadrar em padrões impostos.

Niederle (2009), destaca que:

Semelhante assertiva pode levar a conclusão de que os mercados alternativos são embedded (incorporados) enquanto os mercados convencionais são disembedded (desincorporados), uma vez que estes teriam pouco ou nenhum vínculo com as instituições (sociais, culturais e políticas) locais (NIEDERLE, 2009, p.14).

Referente a essa incorporação ou enraizamento do mercado alternativo, portanto, observa-se que num mercado de proximidade como é no caso da rede Ecovida, os consumidores estabelecem relações que levam em conta vários aspectos relacionados, por exemplo, com a qualidade do produto, a confiança, o bem-estar, a valorização das identidades locais, entre outros elementos socioculturais. Na produção agroecologia a qualidade está referenciada sob aspectos relacionados à segurança alimentar (alimento sem agrotóxico), à saúde tanto do agricultor quanto do consumidor, à conservação do meio ambiente como um todo (CONSEA, 2012).

A abordagem do “alternativo”, ou seja, a racionalidade *não* convencional, é vista de maneira negativa pelos atores que se orientam pela racionalidade convencional (BASSO E GEHLEN, 2015). Esse tipo de mercado alternativo agroecológico inclui aspectos relacionados com a “sustentabilidade” e engloba, também, características socioculturais de cada região, contribuindo para o desenvolvimento rural sustentável. Diante disso Issberner (2008), destaca que:

Produtos que utilizam práticas sustentáveis, muitas vezes chegam ao mercado a preços mais caros do que os congêneres fabricados com técnicas convencionais. Por outro lado, crescem continuamente os chamados mercados alternativos que incluem uma segmentação formada por produtos orgânicos, de consumo ético ou justo, procedência geográfica. Porém, para atuar nesses nichos de mercado é necessário que os produtores sejam certificados por uma instituição renomada, que ateste a procedência e as práticas adotadas na produção (ISSBERNER 2008. P. 2).

Concordando com a autora, para que as práticas sejam reconhecidas como pertencentes a um dado mercado alternativo, é necessário que aja a incorporação de uma determinada tecnologia. Nesse sentido os membros da Rede Ecovida incorporaram o processo de certificação participativa dos produtos. Destaca-se, também, que a forma de certificação da Rede, não interfere em aspectos relacionados na questão de preços, pois estes tendem a ser justos e acessíveis conforme os princípios que a própria Rede estabelece.



4. A REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA: CONSTRUINDO UMA TERRITORIALIDADE ORIENTADA PELOS VALORES DA SUSTENTABILIDADE

Ao produzirem o alimento os produtores pertencentes da Rede levam em conta uma filosofia de vida orientada pela racionalidade não convencional. Apesar da pressão que o modo capitalista de produção, por meio da racionalidade convencional (BASSO e GEHLEN, 2015), exerce sobre as pessoas e a maneira em que estão distribuídos os regimes alimentares sob os territórios mundialmente, a Rede Ecovida possui a capacidade de se diferenciar de modo que faça valer seus princípios, resistindo a forma hegemônica de produção de alimentos (PEREZ-CASSARINO e FERREIRA, 2013).

Tendo em vista, portanto, esse modo de produção envolto de princípios agroecológicos que se enquadra à sustentabilidade no meio rural, esses atores sociais são construtores de uma autonomia a qual diz respeito à uma territorialidade diferenciadora dentro da sociedade. De acordo com Saquet (2015, p.100), “a territorialidade assume o caráter de mobilização, organização e luta política a favor de um desenvolvimento mais equitativo, em uma “espécie de quinto” nível de efetivação no real e mediação condicionante da cooperação para o desenvolvimento”.

Em relação a sustentabilidade incluindo a estabilidade, a resiliência e a equidade Veiga (1996, p.395) afirma que, a agricultura familiar pode apresentar vantagens em se tratando desse tema, pois é por meio da diversificação e de sua versatilidade que alcança os aspectos sustentáveis, se opondo dessa forma da agricultura patronal a qual está cada vez mais fragmentada. Diante disso Basso e Gehlen (2015, p. 23) também ressalta que, “o desenvolvimento rural é tributário da diversidade das racionalidades dos agricultores pelas quais conseguem viabilizar as condições de vida e de produção para garantir sua identidade socioprofissional e sua sustentabilidade socioeconômica”. Lamarche (1993, p. 14), destaca que “a agricultura familiar não é um elemento da diversidade, mas contém nela mesma toda a diversidade”.

Para além da diferenciação no modo de produzir alimentos pelos integrantes da Rede, surge também a importante participação dos consumidores nesse processo. De acordo com Portilho (2009, p. 214) “ o relativo crescimento da liberdade de escolha dos consumidores é conectado a uma busca pela emancipação, identidade pessoal e autonomia na esfera privada, apontando para novas formas de ação política”.

Em relação ao desenvolvimento territorial, relacionando as questões ambientais, Saquet (2015, p. 119) destaca que:

O desenvolvimento implica sempre a atuação de sujeitos locais em processos interativos, que podem inovar sem destruir o patrimônio histórico e sem degradar o ambiente, que podem administrar em forma autônoma o lugar sem ignorar as relações e redes extra locais, em uma concepção prospectiva para a gestão cooperativativa do desenvolvimento que valorize as especificidades de cada lugar-território, tanto econômicas como políticas, culturais e ambientais (SAQUET, 2015, p. 119).



Diante do mencionado, observa-se que a dinâmica dos integrantes da Rede Ecovida se enquadra nessas características de valorização local, de respeito ao ambiente e da autonomia por uma produção sustentável. Para Saquet (2015, p. 117) “a relação territorialidade-temporalidade com um conteúdo político bem definido pode ser transformado em um paradigma que favoreça uma interface-interação mais intensa entre intelectualidade-ciência e cotidianidade-saber-arte, em uma práxis de transformação territorial em favor das necessidades e desejos do povo”.

Sobre a sustentabilidade territorial, (Saquet 2015, p. 123) destaca que “na concepção de Magnaghi (2000) o desenvolvimento abarca processos ambientais, econômicos, culturais e políticos. Da mesma forma para Sachs (2002), o ecodesenvolvimento engloba 5 dimensões as quais são a sustentabilidade social, cultural, ecológica, econômica e espacial.

5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Partindo das reflexões expostas neste artigo, verificou-se que os membros da Rede Ecovida contribuem na difusão de práticas que valorizam aspectos de sustentabilidade.

Para que haja um efetivo crescimento do mercado alternativo e de proximidade proposto pela Rede Ecovida, é importante que a produção agroecológica possa expandir-se e, desta forma, contribuir para a promoção de uma territorialidade objetivando o desenvolvimento sustentável.

Na construção do mercado alternativo, tem papel importante, não só os produtores que estão ligados diretamente a Rede, mas, também os consumidores. Pois o ato de consumir se apresenta como uma ação política. Neste sentido, o fortalecimento de relações entre produtores e consumidores enriquecidas por valores presentes na missão da Rede Ecovida contribui para uma territorialidade em bases sustentáveis.

A valorização das diferentes racionalidades entre os agricultores familiares modernos fortalece a dinâmica socioeconômica e ambiental local. Ademais, ela desempenha um importante papel no desenvolvimento rural.

Diante disso, faz-se importante refletir sobre o agricultor familiar moderno não convencional. Verifica-se a importância desses agricultores, tendo em vista que suas práticas incluem aspectos fundamentais na construção social do território.

As reflexões destacadas neste artigo, portanto, apontam faz-se necessário valorizar essa categoria social, a qual encontra-se numa situação menosprezada em relação a agricultura moderna convencional.



6. CONCLUSÕES

De acordo com as análises realizadas neste artigo, faz-se importante refletir sobre a racionalidade do produtor moderno não convencional, em particular os agricultores membros da Rede Ecovida. Como foi constatado, a Rede Ecovida é referência de luta e consolidação em termos de produção agroecológica. Ela é o resultado da formação da organização de pessoas, cujas têm como objetivo o fortalecimento e a consolidação da agricultura familiar com vista a sustentabilidade.

Buscar compreender as formas alternativas de mercado, auxilia na construção de comportamentos de consumo mais sustentáveis e assim, conseqüentemente, a expansão dos mercados locais contribuindo para a valorização da produção agroecológica local de alimentos, bem como da preservação do meio ambiente.

Valorizar formas diferentes de ações que contribuem para o bem-estar do ser humano e de toda a natureza é de fato perceber que não estamos desconexos dela. Enriquecer a relação entre os sujeitos e destes com a natureza com os valores que orientam a racionalidade não convencional permite construir novas práticas territoriais, valorizando o patrimônio territorial de cada lugar.

Saquet (2015, p. 124) aponta que, “ é fundamental definir *novas* práticas territoriais, novas apropriações e relações que valorizem o patrimônio territorial de cada lugar. Outras relações sociais e territoriais são possíveis e necessárias”.

Sobre as diferentes dinâmicas exercidas em um determinado território, verificou-se que o trabalho dos integrantes da Rede Ecovida, é resultado de formas autônomas, de luta política e de projetos de vida que buscam por sustentabilidade ao respeitarem o meio ambiente. Nesse sentido (Raffestin e Bresso 1979 *apud* Saquet 2015), destacam que, um “elemento importante do território é a organização política de gestão e autonomia. Essa última significa um processo de descobrimento, exige ações cotidianas em uma utopia realizável”.

Coloca-se como desafio avançar com novas reflexões em outras questões que dizem respeito a dinâmica dos agricultores não convencionais. Em particular verificar quais são os aspectos que estão presentes e/ou ausentes na dinâmica dos agricultores agroecológicos, os quais podem fortalecer ou desvalorizar tais práticas sociais.

Referências

BASSO, Dirceu; GEHLEN, Ivaldo; Agricultores familiares modernos e diversos, **Revista Orbis Latina**, vol.5, nº2, Foz do Iguaçu/ PR (Brasil), Janeiro-Dezembro de 2015. ISSN: 2237-6976 Disponível no website <https://revistas.unila.edu.br/index.php/orbis> e ou <https://sites.google.com/site/orbislatina/>.

BASSO, Dirceu; **Racionalidades modernas e identidades socioprofissionais de agricultores familiares**; Tese (Doutorado) Universidade Federal do Rio Grande do Sul,



Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Porto Alegre, BR-RS, 2013, 238 f.

CONSEA; **Os impactos do agrotóxicos na Segurança Alimentar e Nutricional: Contribuições do Consea**; Brasília 2012. Disponível em: <<http://antigo.contraosagrototoxicos.org/index.php/materiais/relatorios/os-impactos-dos-agrototoxicos-na-seguranca-alimentar-e-nutricional-contribuicoes-do-consea/download>>. Acessado em 27 de mar de 2017 às 20:00.

CONTERATO, Marcelo Antonio; GAZOLLA, Marcio; SCHNEIDER, Sergio: A dinâmica agrícola do desenvolvimento da agricultura familiar no alto uruguai/RS: suas metamorfoses e reações locais. In: SABOURIN, E. e TONNEAU, J.P. (Org.). **Agricultura familiar: interação entre políticas públicas e dinâmicas locais**. 1 ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007, v. 1, p. 47-60.

DAROLT, Moacir Roberto; Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores IN: **Agroecologia : práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura** / organizadores Paulo André Niederle, Luciano de Almeida, Fabiane Machado Vezzani.— Curitiba : Kairós, 2013. 393 p

ENGELMANN, Mara I.; **Análise de impacto da certificação orgânica desde uma perspectiva socioeconômica: caso agricultores familiares da rede ecovida de foz do iguaçu, paraná**. Foz do Iguaçu, 2015.

ISSBERNER, R, L. **Informação e conhecimento para o desenvolvimento sustentado em pequenas comunidades: a certificação de produtos para mercados alternativos**. IX ENANCIB. USP 2008. Disponível em: <http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/ixenancib/paper/view/3070/2196>. Acessado em 25 de julho de 2016.

LAMARCHE, H. A agricultura familiar: comparação internacional. Campinas, SP: UNICAMP, 1993.

MEIRELLES, Laércio; **Soberania Alimentar, agroecologia e mercados locais**. Agriculturas - v. 1 - no 0 - setembro de 2004

MATTEDI, Cécile R.; A Construção social do mercado em Durkheim e Weber: análise do papel das instituições na sociologia econômica clássica; **Revista Brasileira de Ciências Sociais** - Vol. 20 Nº 57. fevereiro 2005.

NIEDERLE, A, P. Delimitando as Fronteiras Entre Mercados Convencionais e Alternativos para a Agricultura Familiar. **Revista Extensão Rural**, DEAER/PPGExR – CCR – UFSM, Ano XVI, nº 18, Jul – Dez de 2009; Disponível em: <http://w3.ufsm.br/extensaorural/art1ed18.pdf>. Acesso em 25 de julho de 2016.



PEREZ-CASSARINO, Julian; FERREIRA, Angela Duarte D.; Agroecologia, construção social de mercados e a constituição de sistemas agroalimentares alternativos: uma leitura a partir da rede ecovida de IN: **Agroecologia : práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura** / organizadores Paulo André Niederle, Luciano de Almeida, Fabiane Machado Vezzani.— Curitiba : Kairós, 2013. 393 p.

PEREZ-CASSARINO, Julian; **A construção social de mecanismos alternativos de mercados no âmbito da Rede Ecovida de Agroecologia;**– Curitiba, 2012; 450 f. Disponível em: <<http://www.centroecologico.org.br/teses.php>> Acessado em: 04 nov. 2015 às 21:49.

PORTILHO, F. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. **Revista Política & Sociedade** - Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina – Vol. 8, nº 15, out. 2009. p.199-224

ROVER, Oscar José; **Agroecologia, mercado e inovação social: o caso da Rede Ecovida de Agroecologia.** Ciências Sociais Unisinos, São Leopoldo, Vol. 47, N. 1, p. 56-63, jan/abr 2011.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável.** Rio de Janeiro: Garamond. 2002.

SAQUET, Marcos Aurelio; **Por uma geografia de las territorialidades y las temporalidades: Uma concepción multidimensional orientada a la cooperación y el desarrollo territorial.** La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Biblioteca Humanidades; 36. (2015).

SCHNEIDER, Sérgio; **Tendências e temas dos estudos sobre desenvolvimento rural no Brasil;** 2007; Disponível em: <http://portal.mda.gov.br/o/884942>.

SEPULCRI, Odílio; TRENTO, Edilson J.; **O mercado e a comercialização de produtos agrícolas** - Curitiba: Instituto Emater, 2010

VEIGA, José Eli da; Agricultura e sustentabilidade; **Cadernos de Ciência & Tecnologia,** Brasília, v.13, n.3, p.383-404, 1996.

WILKINSON, John; **Mercados, redes e valores;** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.