



# Propostas agroecolóxicas ao industrialismo

recursos compartidos  
e respostas colectivas

Libro financiado pola rede Revolta

**gieea**  
grupo de investigación  
en economía ecolóxica  
e agroecoloxía

  
**REVOLTA**  
rede de agroecoloxía

**USC**  
UNIVERSIDADE  
DE SANTIAGO  
DE COMPOSTELA



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de  
Desenvolvemento Rexional

<http://revolta.usc.es/gl/>

# Propostas agroecolóxicas ao industrialismo. Recursos compartidos e respostas colectivas

Coordinadores

**Xavier Simón Fernández** **Damián Copena Rodríguez**

Libro financiado pola rede Revolta



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de  
Desenvolvemento Rexional

<http://revolta.usc.es/gl/>

## **Propostas agroecolóxicas ao industrialismo. Recursos compartidos e respostas colectivas**

Coordenadores | Xavier Simón Fernández e Damián Copena Rodríguez

Edita | Grupo de Investigación en Economía Ecolóxica e Agroecoloxía,

Xavier Simón Fernández e Damián Copena Rodríguez

Ano | 2014

Deseño e maquetación | seteseoito deseño gráfico

ISBN | 978-84-617-2311-9

Nº rexistro | 201470895

## Agroecologia e comercialização nos sistemas agroalimentares: estudo de uma rede de cooperativas de agricultores familiares no sul do Brasil

✉ Oscar José Rover<sup>1</sup>, Ademir de Jesus Riepe<sup>2</sup>

### RESUMO

O presente artigo busca apresentar resultados parciais de uma pesquisa que vem sendo desenvolvida junto à rede de cooperativas de reforma agrária localizada no estado do Paraná, região Sul do Brasil. Estas cooperativas propõem o desenvolvimento de processos produtivos e comerciais sob a perspectiva da agroecologia. Entretanto, inseridas no sistema agroalimentar hegemônico enfrentam dificuldades em avançar com práticas agroecológicas de comercialização de alimentos. Neste contexto, a pesquisa estudou os desafios para o avanço da agroecologia em processos comerciais operados pelas cooperativas. Verificamos que as cooperativas que comercializam maior variedade de alimentos em circuitos de proximidade têm mais estabilidade comercial, colaboram mais com os princípios da agroecologia, evidenciando maior autonomia dos agricultores em relação ao que produzir e comercializar.

**Palavras-chave:** agroecologia, agricultura familiar, comercialização de alimentos, mercados de proximidade, desenvolvimento rural.

### ABSTRACT

This article seeks to introduce partial results of a search that has been developed with the agrarian reform cooperatives located in the Paraná State in Southern Brazil. These cooperatives proposes the development of productive and commercial processes under the agroecological perspective. However, inserted into the hegemonic agrifood system, face difficulties to advance at the agroecological practices for food commercialization. In this context, the research studied challenges to the advance of agroecology in commercial processes operated by cooperatives. We found that the cooperatives who sell larger variety

1 Professor Doutor, membro da área de Desenvolvimento Rural e do programa de pós-graduação em Agroecossistemas da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. E-mail: oscar.rover@gmail.com

2 Mestrando do programa de pós-graduação Profissional em Agroecossistemas da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. E-mail: ademirriepe@gmail.com

of foods to the local trade has more commercial stability and more collaboration with the principles of agroecology showing greater autonomy of farmers in relation to what produce and market.

**Keywords:** agroecology, family farming, food marketing, local markets, rural development.

## 1. INTRODUÇÃO

Este artigo apresenta resultados parciais de uma pesquisa que vem sendo desenvolvida em uma rede de cooperativas de agricultores assentados, composta por 14 cooperativas de reforma agrária do estado do Paraná/Brasil. Esta rede defende a agroecologia como base produtiva, entretanto tem revelado muitos desafios para sua efetiva incorporação em seus processos produtivos e comerciais. Especificamente, os desafios comerciais são o foco deste estudo.

Buscamos respostas à seguinte pergunta: quais elementos da comercialização são (in) compatíveis com a agroecologia? Estudando a relação entre processos de comercialização de alimentos e princípios agroecológicos, levantamos um conjunto de categorias para a análise proposta. Dentre elas, selecionamos 03 apontadas pela bibliografia como mais importantes: a) distância dos circuitos comerciais; b) diversidade de produtos; c) autonomia dos agricultores e cooperativas nos processos comerciais.

Constatamos que há maior incidência de situações apontando para a promoção e fortalecimento da agroecologia nos processos comerciais, através da ampla variedade de alimentos comercializados em circuitos locais, da dinamização da economia local, evidenciando uma autonomia dos agricultores em relação ao que produzir e comercializar. Contudo, verificamos menor autonomia na relação com o mercado institucional para o escoamento da produção, especificamente aquele ligado ao Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) – modalidade compra com Doação Simultânea.

Utilizamos como metodologia de pesquisa a análise de documentos das cooperativas e a observação participante. Os dados foram organizados em planilhas do Excel 97X2003. Esse trabalho foi iniciado no ano de 2013 e ainda está em andamento. Ele é desenvolvido no âmbito do programa de pós-graduação em Agroecossistemas da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC.

## 2. PROCESSOS COMERCIAIS HEGEMÔNICOS DEFININDO O CONTEXTO DO SISTEMA AGROALIMENTAR

Com a internacionalização do sistema agroalimentar brasileiro, o setor varejista passou rapidamente a ser dominado por grandes empresas transnacionais, que buscam apropriar-se de mercados globais (FLEXOR, 2006). O autor aponta que além de controlar marcas conhecidas e praticar estratégias de diferenciação dos produtos, essas empresas se aproveitam de canais de distribuição variados e capilares (supermercados, padarias, lojas de conveniência etc.) para sustentar suas posições na indústria agroalimentar.

Nesta perspectiva, Santos et al (2009) apontam que a comercialização de alimentos vem sendo oligopolizada por grandes redes de varejo que exercem forte concentração, alongam canais de distribuição, desestruturam redes locais de abastecimento e padronizam o consumo, limitando assim, a dieta alimentar das populações humanas. Em consequência da concentração da renda e dos processos de comercialização dos alimentos, há o enfraquecimento de pequenos empreendimentos, assim também se limita o surgimento de novas oportunidades de venda da produção e, por consequência geral, tem-se o comprometimento da segurança alimentar (JUNIOR et al. 2003).

O mercado convencional, do qual estas empresas participam, faz parte de circuitos longos, que se dão em longas distâncias geográficas e com muitos agentes envolvidos, aumentando a complexidade das operações e pressupondo mais recursos, contando com a presença de atores poderosos, capazes de coordenar esse processo, a exemplo das redes de supermercados (COMUNELLO, 2010). Essas redes de supermercados, conforme apontado por Nunes (2011) passaram a ocupar um papel importante na definição das formas de produzir, obrigando inclusive as agroindústrias a se ajustarem às metas que estabelecem e, ainda muito mais, em agricultores que lá comercializam seus produtos diretamente, particularmente hortaliças e frutíferas.

Deste modo, Flexor (2006) aponta que, para os agricultores e fornecedores de bens e serviços alimentares, esse processo é particularmente desafiador na medida em que nem todos têm as capacidades e recursos necessários para se adequarem aos novos padrões e normas. Consequentemente constata-se que o sistema agroalimentar atual continua estabelecendo vínculos de subordinação com os produtores, numa tendência geral de especialização e padronização dos produtos, aumento da escala e concentração produtiva (RAUPP, 2010). Para este autor, a autonomia dos agricultores cedeu lugar à sua subordinação dentro de um complexo agroalimentar dominado pelo capital financeiro e industrial. Nesta perspectiva, Flexor (2006) aponta que os impactos sociais e econômicos deste sistema são dramáticos, especialmente para os agricultores menos capitalizados.

Nesta perspectiva, segundo Nunes (2011), as agroindústrias costumam privilegiar os produtores maiores, através do pagamento de um preço mais elevado, assim como estabelecer metas para o aumento da produção – o que resulta na exclusão dos produtores que não atingem tais metas. Da mesma forma elas buscam privilegiar os produtores localizados em sua proximidade visando à redução de custos operacionais com logística, transporte, assistência técnica, etc, o que acaba por concentrar o processo produtivo e a renda nas mãos de agricultores seletos.

Portanto, em consequência da ação dos grupos agroalimentares hegemônicos, tem-se a exclusão de produtores familiares. Situação constatada na região Oeste do estado de Santa Catarina – Sul do Brasil, aonde “patamares tecnológicos, especialização e escala crescente estão promovendo um processo de seleção e exclusão de produtores integrados das tradicionais cadeias produtivas de suínos, aves e leite (...)” (MIOR, 2005).

Como pode ser observado, está em curso o estabelecimento de práticas, processos e formas de comercialização de alimentos que prometem intensificar os problemas provenientes do sistema agroalimentar hegemônico, em que se destacam: distanciamento cada vez maior entre pontos de produção e consumo; agricultura como provedora de matéria prima para o processamento agroindustrial; recombinação de produtos tendo em sua base matéria prima proveniente de diversas fontes; estímulo ao consumo de alimentos processados; especialização na produção; perda de autonomia dos agricultores no trabalho, na produção e na comercialização.

Estas perspectivas hegemônicas avançam enquanto a abordagem agroecológica propõe processos comerciais localizados, com o estreitamento da relação entre agricultores e consumidores, a diversidade de produtos alimentícios produzidos localmente, através de práticas que minimizam impactos ambientais e valorizam a autonomia dos agricultores e suas organizações. Práticas produtivas e comerciais pautadas pela agroecologia podem favorecer o desenvolvimento de novos empreendimentos, como, por exemplo, as cooperativas de reforma agrária. Reforçando a importância de mercados locais como estratégia de desenvolvimento de empresas brasileiras, Flexor (2006) aponta que em face do intenso processo de consolidação e transnacionalização do setor varejista brasileiro, existem espaços para empresas que decidem explorar nichos de mercado (conveniência, proximidade e/ou preços) ou que se beneficiam de certas vantagens locais. Entretanto,

destacamos que adotamos o conceito de *nicho* de mercado, não como sendo um tipo de mercado restritivo com pouca capacidade de absorção de produtos, mas sim, como mercados potenciais, em crescimento.

### 3. PROCESSOS COMERCIAIS AGROECOLÓGICOS NO SISTEMA AGROALIMENTAR

A recente conjunção das crises alimentar, econômica e ambiental, em todo o mundo, reavivou preocupações relativas às condições de garantia da segurança alimentar e nutricional, motivo pelo qual, maior atenção tem sido dada às diferentes formas de produção agroalimentar que se estruturam no âmbito da agroecologia (NIEDERLE et al. 2013). A agroecologia acende a perspectiva de construção de sistemas agroalimentares alternativos, que geram as condições para o enfrentamento aos padrões hegemônicos do sistema agroalimentar (CASSARINO et al. 2013).

No que concerne à economia ecológica, segundo Caporal et al (2005) é aí que reside a preocupação com a questão do “valor” (mais que de “preços”) e com a “distribuição” dos alimentos. Sob a perspectiva da agroecologia, os processos comerciais devem priorizar o abastecimento dos mercados locais que encurtam os circuitos entre a produção e o consumo de alimentos, evitando assim o desperdício de energia gasta no transporte dos produtos (ALTIERI, 2012). Conforme Santos et al (2009), a distribuição de alimentos, geralmente na forma de comercialização direta, tem gerado experiências que resgatam a histórica relação entre comunidades rurais e agrupamentos urbanos próximos, recuperando assim a cooperação entre diferentes grupos e atividades humanas. Os autores destacam ainda a importância da comercialização no mercado local e regional como forma de garantir a soberania alimentar.

Deste modo, ganha força o conceito de circuitos curtos de comercialização de alimentos. Estes circuitos, segundo Comunello (2010), envolvem proximidade geográfica, o que implica facilidades de distribuição, transporte e gestão das vendas e identificação entre produtores e consumidores no que diz respeito à qualidade do produto. Eles representam, ainda, uma opção ideológica contrária aos circuitos longos, representativos da agricultura convencional. Além disso, conforme apontado por Santos et al (2009), estes circuitos buscam a construção de alternativas de circulação de mercadorias que levem em conta os princípios básicos da soberania alimentar. Por outro lado, os autores destacam que estes mercados propiciam que uma maior parcela da renda gerada na agricultura seja retida pelo agricultor.

Conforme apontado por Darolt et al (2013), independente da denominação esses tipos de circuito de comercialização reforçam a noção de autonomia e conferem um maior peso e participação de consumidores e produtores na definição dos modos de produção, troca e consumo.

Adotando uma concepção mais ampliada sobre processos comerciais e da sua importância no contexto do abastecimento agroalimentar, Junior et al (2003) destacam que o potencial do mercado (local e regional) e o potencial da agricultura familiar possibilitam estruturar no interior do País uma ampla rede de produção de alimentos, geração de renda e emprego, permitindo também o resgate dos hábitos alimentares locais. Os mesmos autores apontam que no campo das iniciativas ligadas ao poder público municipal, a maioria consiste na criação de pequenos mercados varejistas ou mercados do produtor, feiras livres, sacolões, varejões, comercialização nas CEASAs (Centrais de Abastecimento), visando a comercialização direta para o consumo da população.

Os sistemas alternativos de comercialização de alimentos podem trazer benefícios diversos aos agricultores e consumidores. Neles, ocorre o empoderamento dos agricultores, com o fortalecimento de canais autônomos para o escoamento da sua produção, gerando renda e elevando sua qualidade de vida. Já os consumidores

têm a possibilidade de acesso à ampla variedade de alimentos produzidos localmente, através de práticas que minimizam impactos ambientais e que buscam a produção de alimentos livres de substâncias químicas de alta solubilidade e conservantes, trazendo assim, benefícios à sua saúde.

Deste modo, podemos dizer que para a sustentabilidade dos sistemas locais de comercialização de alimentos três elementos são fundamentais: fortalecimento da agricultura familiar local, possibilitando o escoamento da produção a preços justos, permitindo a permanência dos agricultores no campo; garantia de canais para o escoamento da diversidade de produtos produzidos na agricultura familiar; aproximação da relação entre agricultores e consumidores. Com isso, destacamos a importância de as organizações de agricultores familiares (associações e cooperativas) buscarem a consolidação dos canais alternativos de comercialização de alimentos, como forma de promover a agrobiodiversidade e a autonomia dos agricultores.

## **4. A AGROECOLOGIA NA REDE DE COOPERATIVAS DE REFORMA AGRÁRIA DO PARANÁ**

As organizações cooperativas que formam esta rede buscam o desenvolvimento de processos comerciais agroecológicos, combinando ações que procuram valorizar os agricultores familiares, sua tomada de decisão e seus processos organizativos.

Elas visam promover o desenvolvimento rural, com a geração de oportunidades para as famílias agricultoras, com a abertura de canais para o escoamento da produção e, em consequência, renda e trabalho capazes de permitir a reprodução social das famílias no campo. Esta é uma das diretrizes básicas de todas as cooperativas que compõem a rede.

Entretanto, constituir sistemas de produção diversificados, que respondam as demandas dos consumidores, permitindo a sustentabilidade dos sistemas produtivos e das organizações associadas, é um dos maiores desafios postos a estas organizações. Elas estão inseridas no sistema agroalimentar hegemônico, tendo muitas vezes que se adequar aos padrões estabelecidos como necessários à comercialização de alimentos.

Para contornar as contingências deste mercado hegemônico, a rede de cooperativas estudada constituiu estratégias para atingir objetivos sociais, econômicos e produtivos, alicerçados em uma estratégia coletiva. Em consequência, as cooperativas passaram cada vez mais a desenvolver ações capazes de influenciar o desenvolvimento local, por meio da produção e dinamização da economia destes territórios. Com isso, existe um número expressivo de cooperativas que combinam diversas ações, que impactam mais as cadeias produtivas em que atuam, como é caso de uma cooperativa especializada na linha de produtos lácteos e arroz, e outra especializada na linha de lácteos, sementes crioulas e hortaliças.

Contudo, quanto maior a diversidade de cadeias em que cada cooperativa atua, maiores são os desafios para se constituir sistemas eficientes do ponto de vista econômico e gerencial. Tal eficiência tem sido procurada pela rede estudada, em três aspectos: a) tipos de produtos alimentícios, b) mercados e, c) forma como os alimentos são produzidos, fazendo com que as cooperativas se diferenciem dentro da estratégia produtiva e comercial. No conjunto das cooperativas há ritmos diferenciados, fazendo com que a adoção destes aspectos não se dê homogeneamente. Assim, algumas se aproximam mais de uma perspectiva agroecológica, enquanto outras menos.

Mesmo as cooperativas que se aproximam menos de uma perspectiva agroecológica comercializam ampla variedade de produtos alimentícios, que em sua maioria se destinam para o abastecimento do mercado local. Portanto, possibilitam aos agricultores o cultivo e garantia de comércio à diversidade de alimentos

característicos da agricultura familiar. Entretanto, tais produtos são produzidos sob condições convencionais, fazendo-se uso de práticas não permitidas nos sistemas orgânicos e agroecológicos de produção. Estas questões serão mais bem analisadas a seguir.

#### 4.1 ALIMENTOS AGROECOLÓGICOS E ORGÂNICOS NA REDE DE COOPERATIVAS

Por meio da pesquisa de campo identificamos que seis cooperativas se destacam na produção de alimentos sob a perspectiva agroecológica, compreendendo questões de diversidade de produtos e práticas ecológicas de produção que resultam em alimentos de melhor qualidade biológica e organolépticas. Constatamos que a maioria dos alimentos comercializados por estas cooperativas são do tipo in natura, com destaque para as hortaliças, tubérculos e, em menor prevalência, grãos comercializados na forma in-natura.

Estes alimentos são provenientes de sistemas agroecológicos de produção, entretanto, nem todos são certificados, sendo que o processo de certificação encontra-se em desenvolvimento. A tabela 1 apresenta a relação de produtos provenientes de sistema agroecológico de produção, que estão em fase de reconhecimento para receber o selo de produto orgânico.

**TABELA 1 – RELAÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS PROVENIENTES DO SISTEMA AGROECOLÓGICO DE PRODUÇÃO, EM FASE DE RECONHECIMENTO PELO SISTEMA DE CERTIFICAÇÃO.**

1. Abóboras	18. Ervilha	35. Canjica de milho
2. Acelga	19. Escarola/ chicória	36. Conservas de vegetais
3. Aipim	20. Espinafre	37. Laranja lima
4. Alfaces	21. Feijão preto	38. Mel de abelha
5. Alho	22. Inhame	39. Morango
6. Almeirão	23. Melancia	40. Tangerina
7. Batata doce	24. Milho para pipoca	41. Melado de cana
8. Batata Salsa	25. Milho verde	42. Rabanete
9. Beterraba	26. Pepino	43. Banana maça
10. Brócolis	27. Pimentão	44. Banana prata
11. Caxi	28. Repolho	45. Salsinha
12. Cebola branca	29. Rúcula	46. Limão rosa
13. Cebolinha	30. Tomate	47. Morango
14. Cenoura	31. Tomate cereja	48. Vagem
15. Chuchu	32. Caqui	49. Açúcar mascavo
16. Couve manteiga	33. Pêssego	50. Feijão carioca
17. Couve flor	34. Polpa de amora	

Os alimentos expostos na tabela 1 são provenientes de processos produtivos agroecológicos que no curto prazo de tempo poderão ser comercializados com o selo de produto orgânico. As mesmas cooperativas que se destacam na comercialização de alimentos agroecológicos também se destacam na comercialização de alimentos orgânicos, que possuem certificado e selo. A tabela 2 apresenta a relação de produtos alimentícios provenientes de sistemas orgânicos de produção, que possuem certificação.

**TABELA 2: PRODUTOS ALIMENTÍCIOS PROVENIENTES DE SISTEMAS ORGÂNICOS CERTIFICADOS.**

1. Abóbora seca	2. Abobrinha verde	3. Couve chinesa
4. Aipim	5. Alface	6. Alho
7. Almeirão	8. Batata doce	9. Batata salsa
10. Batata yacon	11. Beterraba	12. Beterraba
13. Brócolis	14. Caxi	15. Cebola branca
16. Cebolinha verde	17. Chuchu	18. Couve manteiga
19. Doce de abobora	20. Ervilha	21. Chicória
22. Espinafre	23. Inhame	24. Feijão preto
25. Laranja	26. Limão rosa	27. Melado de cana
28. Melancia	29. Milho para pipoca	30. Milho verde
31. Morango	32. Nabo	33. Pepino
34. Pimentão	35. Polpa de amora preta	36. Repolho
37. Rúcula	38. Tomate	39. Tomate cereja
40. Vagem	41. Abacate	42. Banana maçã
43. Banana prata	44. Salsinha	45. Agrião
46. Acelga	47. Amendoim	48. Arroz
49. Batata inglesa	50. Cará	51. Cenoura
52. Couve flor	53. Jiló	54. Maracujá azedo
55. Melão	56. Moranga	57. Pêssego
58. Quiabo	59. Quirera de milho	60. Rabanete
61. Radiche	62. Chá mate verde	63. Canjica de milho

Fonte: Pesquisa de campo

Estas cooperativas buscam desencadear estratégias que possam agregar valor aos produtos alimentícios, principalmente por meio de processo de certificação e da agroindustrialização e/ou o beneficiamento mínimo de vegetais. Do total de sete cooperativas, duas se destacam na estratégia da agroindustrialização, sendo uma com atuação na linha de chás produzidos a partir de erva mate, outra, com produtos derivados da cana de açúcar, hortaliças e leite. As outras 5 (cinco) cooperativas deste grupo atuam na comercialização in-natura

de hortifrutigranjeiros, cada uma com um mix de produtos que ultrapassa o quantitativo de 50 variedades. Destas cinco cooperativas, duas comercializam apenas produtos orgânicos e agroecológicos e as outras três comercializam também alimentos produzidos na forma convencional.

## 4.2 ALIMENTOS CONVENCIONAIS NA REDE DE COOPERATIVAS

Os produtos alimentícios produzidos na forma convencional ainda se destacam nas operações comerciais realizadas pela referida rede. No ano 2013 se destacaram a comercialização de arroz, café, produtos lácteos, sementes de milho crioulo, hortaliças e tubérculos. Onze cooperativas atuam na comercialização destes produtos, sendo uma especializada na cadeia produtiva do café e as demais com atuação em duas ou mais cadeias produtivas. Entretanto, apenas sete cooperativas comercializam apenas produtos provenientes do sistema convencional, enquanto as demais, entorno de 4, comercializam também, alimentos agroecológicos e orgânicos em quantidades significativas.

Com exceção dos produtos lácteos, arroz, erva mate, cachaça artesanal, sementes de milho crioulo, panificados e doces, os demais produtos são comercializados na forma in natura. A tabela 3 apresenta a relação de produtos alimentícios produzidos sob condições convencionais e comercializados pelas sete cooperativas.

**TABELA 3: PRODUTOS ALIMENTÍCIOS PRODUZIDOS SOB CONDIÇÕES CONVENCIONAIS E COMERCIALIZADOS NO ANO 2013**

1. Arroz descascado T 1 e 2	2. Farelo de arroz	3. Macarrão
4. Leite pasteurizado	5. Queijo mussarela	6. Bebida láctea
7. Iogurtes	8. Requeijão cremoso	9. Manteiga
10. Ricota	11. Queijo coalho	12. Doce de leite
13. Erva mate cancheada	14. Cachaça artesanal	15. Café em coco
16. Café semi - processado	17. Panificados	18. Alface crespa
19. Sementes de milho crioulo	20. Abobrinha verde	21. Acelga
22. Almeirão	23. Abóbora Seca	24. Alho
25. Berinjela	26. Batata doce	27. Banana prata
28. Batata inglesa	29. Brócolis	30. Beterraba
31. Cenoura	32. Cebolinha verde	33. Couve flor
34. Couve manteiga	35. Chicória	36. Caxi
37. Chuchu	38. Cará	39. Ervilha Vagem
40. Feijão carioca	41. Inhame	42. Maracujá
43. Milho verde sem casca	44. Morango	45. Mandioca descascada
46. Pepino	47. Pimentão	48. Rabanete
49. Rúcula	50. Repolho verde	51. Tomate

52. Tangerina Poncã	53. Vagem	54. Banana maça
55. Banana nanica	56. Bolacha caseira	57. Pão caseiro
58. Cuca caseira	59. Doce de banana	60. Macarrão caseiro
61. Mamão formosa	62. Manga	63. Leite cru
64. Erva mate triturada	65. Subprodutos erva mate	

Fonte: Pesquisa de campo

A diversidade de alimentos produzidos nos assentamentos de reforma agrária do Paraná faz com que as cooperativas que compõem a rede sejam desafiadas constantemente a criar as condições para o escoamento da produção. Na medida em que a missão destas cooperativas é promover o desenvolvimento rural, o que se dá procurando a solução dos problemas socioprodutivos e econômicos de seus associados, o apoio à comercialização dos alimentos é central.

Os assentados (as) no estado do Paraná costumam combinar duas ou mais atividades de exploração agropecuária. Torna-se imprescindível traçar estratégias que permitam o fortalecimento destas atividades, sendo importantes ações, a certificação, a agroindustrialização e o beneficiamento mínimo de hortaliças e tubérculos.

### 4.3 A INSERÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES COOPERATIVAS NO MERCADO DE ALIMENTOS

A comercialização dos alimentos provenientes dos sistemas de produção orgânico, agroecológico e convencional é realizada em sua maioria para o mercado institucional, que se caracteriza atualmente como um dos principais canais para o escoamento dos alimentos produzidos por elas, do qual 13 cooperativas participam.

Através deste canal, as cooperativas adquirem os alimentos dos agricultores cooperados e, em consequência vendem para o Governo por meio do Programa de Aquisição de Alimentos – PAA. O Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE e o Programa Leite das Crianças, do Governo do Paraná, também são importantes canais para o escoamento da produção de algumas cooperativas.

Para as organizações de agricultores assentados da reforma agrária do Paraná, o mercado institucional em suas diversas modalidades é importante canal para o escoamento da produção. Estes mercados absorvem ampla variedade e quantidade de alimentos de origem agrícola e pecuária, presente nas diversas cooperativas, que se destinam para a alimentação de pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional assistida por organizações do Governo Federal, Estadual e municipal, assim também, escolas da rede estadual e municipal de ensino, além de universidades Federais e estaduais.

### 4.4 MERCADOS E LOCALIZAÇÃO ESPACIAL DOS CIRCUITOS CONSUMIDORES

De um total de 14 (quatorze) cooperativas, apenas uma não conta com o mercado institucional para o escoamento de sua produção em função de seus produtos (erva-mate e chás) não serem amparados pela política de compra Governamental no ano 2013. Desta forma para a comercialização de chá mate verde

orgânico, esta cooperativa conta com o mercado convencional, onde este produto é exportado em sua totalidade para a Europa, sendo revendido diretamente aos consumidores por meio de lojas de produtos naturais. A erva mate para chimarrão é comercializada no mercado alternativo local e regional, onde pequenos mercados a revendem diretamente para os consumidores finais.

Exceto a erva mate para chimarrão, o chá mate verde orgânico, subprodutos de erva mate e a água ardente, os demais produtos se destinam à comercialização no mercado institucional e, alguns também para o mercado convencional e alternativo como feiras, lojas especializadas, venda domiciliar, envolvendo no máximo um intermediário. Mesmo o arroz descascado polido é comercializado no mercado local/regional, em pequenos mercados localizados principalmente na região noroeste do estado do Paraná, região da sua produção. No mercado institucional, PNAE, o arroz é destinado ao abastecimento de escolas no estado do Paraná, São Paulo, Brasília e Minas Gerais, portanto, percorrendo distâncias um pouco maiores.

Cerca de 4 (quatro) cooperativas, além de participarem do mercado institucional, também participam do mercado convencional onde comercializam arroz, produtos lácteos, café e água ardente para pequenos e médios mercados, contando ainda, com representantes comerciais e atacadistas responsáveis pela comercialização local e regional, caracterizando a presença de intermediários. As demais cooperativas participam principalmente do PAA, onde os alimentos são destinados para o abastecimento de escolas e entidades sociais e assistenciais.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises permitiram verificar que apesar de haver uma diferenciação entre as cooperativas quanto às formas de inserção no mercado, há uma maior incidência de situações apontando para a promoção e fortalecimento da agroecologia nos processos comerciais. Isto é evidenciado através da ampla variedade de alimentos produzidos e do esforço das cooperativas em comercializá-los em circuitos locais, dinamizando a economia do território onde se situam. Isto gera um importante grau de uma autonomia dos agricultores em relação ao que produzir.

Entretanto, tal autonomia se coloca em risco, estando os processos comerciais muito dependentes do mercado institucional. Logo, destacamos que é imprescindível que as organizações busquem estruturar novos canais para o escoamento da produção. Aliado a isto será importante passo ampliar os atributos de qualidade dos produtos, seja através do selo de orgânico, ou do beneficiamento mínimo de hortaliças e tubérculos. Tais ações podem se revelar excelentes estratégias para uma maior aceitabilidade dos produtos e ampliação do mercado local e regional.

Constatamos a existência de cooperativas que tende à especialização da produção para a agroindustrialização de alimentos, especialmente lácteos, arroz, erva mate. Entendemos que elas se afastam de uma perspectiva agroecológica e vivem um risco comercial, ambos gerados pela excessiva especialização. Desta forma, estas cooperativas se atrelam a circuitos mais longos tanto no aspecto espacial quanto relacional, evidenciando uma menor autonomia e capacidade de negociação com seus clientes.

## REFERÊNCIAS

- ALTIERI, M. **Agroecologia: bases científicas para uma agricultura sustentável.** – 3º Ed. rev. Ampl. – São Paulo, Rio de Janeiro: Expressão Popular, AS-PTA, 2012, 400 p.
- JUNIOR O. A.; JUNIOR. N. N. G.; SILVA, R. P. JUNIOR A. O. S. **Políticas públicas de segurança alimentar e o combate à exclusão socioeconômica: a importância da comercialização agrícola.** In: BERGAMASCO, S. M. P.; SAMPAIO, M. F. A.; (orgs) Sistemas agroalimentares: análises e perspectivas para a América Latina. Unicamp. Campinas, SP, 2003, p. 139-155.
- CAPORAL, F. R.; COSTABEBER J. A.; PAULUS G. **Agroecologia como matriz disciplinar para o novo paradigma de desenvolvimento rural.** 2005. Disponível em [http://www.agroecologiaemrede.org.br/upload/arquivos/P399\\_2005-11-10\\_133719\\_016.pdf](http://www.agroecologiaemrede.org.br/upload/arquivos/P399_2005-11-10_133719_016.pdf) Acesso em: 28/02/2014.
- CASSARINO, J. P.; FERREIRA A. D. D. **Agroecologia, construção social de mercados e a constituição de sistemas agroalimentares alternativos: uma leitura a partir da rede eco vida de agroecologia.** In: NIEDERLE P. A.; ALMEIDA L.; VEZZANI F. M.; (orgs). Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura. Curitiba: Kairós, 2013, p. 171-213.
- COMUNELLO, F J. **Os movimentos nos mercados: A formação dos circuitos agroecológicos e orgânicos.** V ENEC - Encontro Nacional de Estudos do Consumo I Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo Tendências e ideologias do consumo no mundo contemporâneo 15, 16 e 17 de setembro de 2010 - Rio de Janeiro/RJ. Disponível em: [http://estudosdoconsumo.com.br/wp-content/uploads/2010/09/1.5-\\_Feli..1.pdf](http://estudosdoconsumo.com.br/wp-content/uploads/2010/09/1.5-_Feli..1.pdf) Acesso em 01/03/2013.
- DAROLT, M. R.; LAMINE C.; BRANDEMBURG A. **A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês.** Revista Agriculturas · v. 10 - n. 2 · junho de 2013, p. 08-13. Disponível em <http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2013/09/Revista-Agriculturas-V10N2-Artigo-1.pdf> acesso em 01/03/2014.
- FLEXOR, G. **A Globalização do Sistema Agroalimentar e seus Desafios para o Brasil.** Revista Economia Ensaios. Uberlândia, v. 21, n° 1. p. 63-95, jul./dez. 2006. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/revistaeconomiaensaios/article/view/1554/1381> Acesso em: 01/03/2013.
- MIOR, L. C.; **Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural.** Chapecó: Argos, 2005. 338p.
- NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA L.; VEZZANI F. M. **Introdução.** In: NIEDERLE P. A.; ALMEIDA L.; VEZZANI F. M.; (orgs). Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura. Curitiba: Kairós, 2013, p. 13-22.
- NUNES, S. P. **O processo de concentração da produção no setor agroalimentar brasileiro.** Revista Synergismusscientifica. Universidade Tecnológica do Paraná – UTFPR, Pato Branco/PR, 06 (1), 2011. Disponível em: <http://revistas.utfpr.edu.br/pb/index.php/SysScy/article/viewFile/1302/797>  
acesso em: 03/03/2014.
- RAUPP, A. K. **Transformações no sistema agroalimentar: novas e velhas possibilidades para a agricultura familiar.** 4º Encontro de redes de estudos rurais – Mundorural, Políticas Públicas, Instituições e Atores em Reconhecimento Político 06 a 09 de julho de 2010, UFPR, Curitiba/PR. Disponível em:

<http://www.redesrurais.org.br/sites/default/files/TRANSFORMA%C3%87%C3%95ES%20NO%20SISTEMA%20AGROALIMENTAR.pdf> acceso em 28/02/2014.

SANTOS, F.; TONEZER C.; RAMBO A. G. **Agroecologia e agricultura familiar: Um caminho para a soberania alimentar?** Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural - SOBER, 47º Congresso – Porto Alegre, 26 a 30 de julho de 2009. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/13/549.pdf> acceso em: 20/02/2013