

Da mobilização dos mercados digitais ao fortalecimento dos circuitos curtos de comercialização: A estratégia de reprodução social da agricultura familiar agroecológica em Santana do Livramento-RS (Brasil)

Mitali Daian Alves Maciel*
Alessandra Troian**
Sibele Vasconcelos de Oliveira***

Resumo

A agricultura familiar agroecológica produz alimentos saudáveis e sustentáveis resistindo às pressões de mercado e ao modelo hegemônico (convencional) de agricultura. A presente pesquisa visa analisar as dinâmicas de comercialização como forma de reprodução social de agricultores familiares agroecológicos em Santana do Livramento-RS. Para tanto, desenvolveu-se pesquisas bibliográfica, documental e de campo. Avalia-se que as iniciativas promovidas pelos agentes atuantes em Santana do Livramento resistem às margens do agronegócio e, para acessar aos mercados, os agricultores familiares valem-se das relações de reciprocidade e confiança. Os canais curtos de comercialização são priorizados pela categoria social, uma vez que permitem maior proximidade com os consumidores finais, a troca de saberes e também a eliminação de atravessadores oportunistas quando da realização das trocas. No contexto pandêmico, os produtores intensificaram o uso das tecnologias de comunicação para escoar seus produtos, tornando-se prática comum os pedidos por aplicativo de mensagem e a entrega em domicílio.

Palavras-chave: Agroecologia, Desenvolvimento, Sustentabilidade, Mercados de proximidade, Bioma Pampa (BR).

From the mobilization of digital markets to the strengthening of short commercialization circuits: the strategy for social reproduction of agroecological family agriculture in Santana do Livramento-RS (Brazil)

Abstract

Agroecological family farming produces healthy and sustainable food resisting market pressures and the hegemonic (conventional) model of agriculture. This research aims to analyze the dynamics of marketing as a form of social reproduction of agroecological family farmers in Santana do Livramento-RS. To this end, bibliographic, documentary and field research

*Mestre em Administração, doutoranda em Desenvolvimento Econômico no Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Campinas (SP), Brasil.

Contacto: mitali.maciel@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6639-3922>

**Doutora em Desenvolvimento Rural, Docente do Programa de Pós-Graduação em Administração na Universidade Federal do Pampa (PPGA-UNIPAMPA), Santana do Livramento (RS), Brasil.

Contacto: alessandratroian@unipampa.edu.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8207-6436>

***Doutora em Agronegócios, Docente do Programa de Pós-Graduação em Economia e Desenvolvimento na Universidade Federal de Santa Maria (PPGE&D-UFSM), Santa Maria (RS), Brasil.

Contacto: sibelevasconcelos@ufsm.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0394-0984>

was developed. It is assessed that the initiatives promoted by the agents active in Santana do Livramento resist the margins of agribusiness and, to access the markets, family farmers use relationships of reciprocity and trust. Short marketing channels are prioritized by the social category, since they allow greater proximity to final consumers, the exchange of knowledge and also the elimination of opportunistic middlemen when making exchanges. In the pandemic context, producers have intensified the use of communication technologies to sell their products, making it common practice to order by messaging application and home delivery.

Keywords: Agroecology, Development, Sustainability, Proximity markets, Pampa Biome (BR).

Introduçãoⁱ

O Bioma Pampa representa 2,1% do território brasileiro e exerce forte influência sobre os modos de vida, cultura e economia do povo gaúcho. Composto por um complexo sistema de campos naturais está situado predominantemente na metade sul do Rio Grande do Sul, onde plantas rasteiras, gramíneas e espécies arbustivas simbolizam a paisagem pampeana (Bencke, Chomenko, & Sant’anna, 2016; Maia; Troian, 2022).

A despeito das influências do Pampa sobre a tradição socioprodutiva gaúcha, Maia e Troian (2022) evidenciam que o território vem sofrendo com mudanças ambientais provocadas pela ação humana e por motivações econômicas. As grandes propriedades rurais com pecuária extensiva, as monoculturas de arroz, de soja e a expansão das áreas de florestamento de eucalipto são práticas que incorrem nos vazios demográficos e na elevada concentração de terra e renda da metade sul do estado gaúcho (Alvez, Silveira, & Ferreira, 2007).

Ademais, há o fenômeno da invisibilidade da agricultura familiar, que se relaciona à dominância ideológica da cultura dos latifúndios na região (Ribeiro, 2003; Montebanco, 2013). No município de Santana do Livramento, por exemplo, 58% dos estabelecimentos agropecuários se enquadram como agricultura familiar, mas ocupam somente 8,39% da área economicamente explorada (IBGE, 2019). E, dentre os múltiplos desafios para o desenvolvimento da agricultura familiar, estão a reduzida interação social e a precária infraestrutura dos espaços rurais (Troian, & Breitenbach, 2018).

Maciel (2022) lembra que regionalmente o município de Santana do Livramento é reconhecido como terra de grandes propriedades rurais, ignorando a categoria social da agricultura familiar, que enfrenta de forma mais aguda as crises ambientais, econômicas e a falta de políticas públicas. Sobretudo, Troian e Breitenbach (2018) ressaltam que a referida categoria social é resiliente e se utiliza de artifícios para se reproduzir e ganhar competitividade, pautada na diversidade

produtiva, na implementação de sistemas produtivos orgânicos e agroecológicos, na busca pela autonomia econômica e por formas cooperativas de produzir e comercializar seus produtos.

Neste sentido, a emergência das agriculturas sustentáveis no município de Santana do Livramento se soma aos esforços mundiais de enfrentamento ao sistema agroalimentar industrial-hegemônico e, principalmente, materializam-se em ações para barrar a degradação da biodiversidade do Pampa. Ao promover a interação ecológica com espécies da fauna e flora (Nascimento *et al.*, 2018; Maia, 2022), as agriculturas de base sustentável tendem a mitigar os impactos da exploração econômica dos recursos naturais do Pampa sobre o ambiente e sociedade (Matei, & Filippi, 2012).

Destarte, é mister compreender como os agricultores familiares constroem os mercados e atividades socioprodutivas em que são protagonistas, em particular aquelas práticas em que existe a valorização de produtos tradicionalmente produzidos no percurso de sua história, sejam esses enraizados na sua cultura e/ou no território que ocupam (Schneider, & Ferrari, 2015). Por fazerem parte de canais curtos de comercialização, organizarem feiras, praticarem processos produtivos orgânicos e agroecológicos, a agricultura familiar tem criado inovações sociais determinantes para a promoção do desenvolvimento humano e de sistemas agroalimentares sustentáveis (Gazolla, 2017; Verano, Figueiredo, & Medina, 2021).

Sobretudo, valem estudos que analisem as formas de reprodução da agricultura de base agroecológica, que tem demonstrado ser capaz de criar oportunidades socioeconômicas que permitam às famílias a desejarem permanecer no campo, através do manejo sustentável dos solos, da conservação dos recursos naturais e da valorização dos saberes locais (Santos *et al.* 2014; Baiardi, & Pedroso, 2020). Em suma, o presente estudo se dedica a analisar as dinâmicas de comercialização como forma de reprodução social de agricultores familiares agroecológicos em Santana do Livramento

(RS), na região do Pampa Gaúcho. Em estudo de caso, avaliam-se as iniciativas promovidas pelos agentes atuantes em Santana do Livramento, município produtor de *commodities* agrícolas, afastado dos grandes centros e onde a agricultura familiar resiste às margens do agronegócio (Troian, & Breitenbach, 2018).

Por meio de pesquisa de campo são exploradas questões relativas aos sistemas agroecológicos de produção e às formas de comercialização da agricultura familiar em Santana do Livramento. A análise é realizada à luz das idiossincrasias locais, historicamente caracterizadas por precária infraestrutura, poucos incentivos à produção sustentável de alimentos e privações em renda que limitam as condições de vida daqueles que vivem no campo e na cidadeⁱⁱ (Ferron, Troian, & Breitenbach, 2021).

Além desta introdução, a redação do estudo está organizada em quatro seções. Na segunda seção, detalham-se os procedimentos metodológicos da pesquisa. A terceira seção apresenta os principais resultados da pesquisa bibliográfica e de campo. Por fim, são apresentadas as considerações finais e referências.

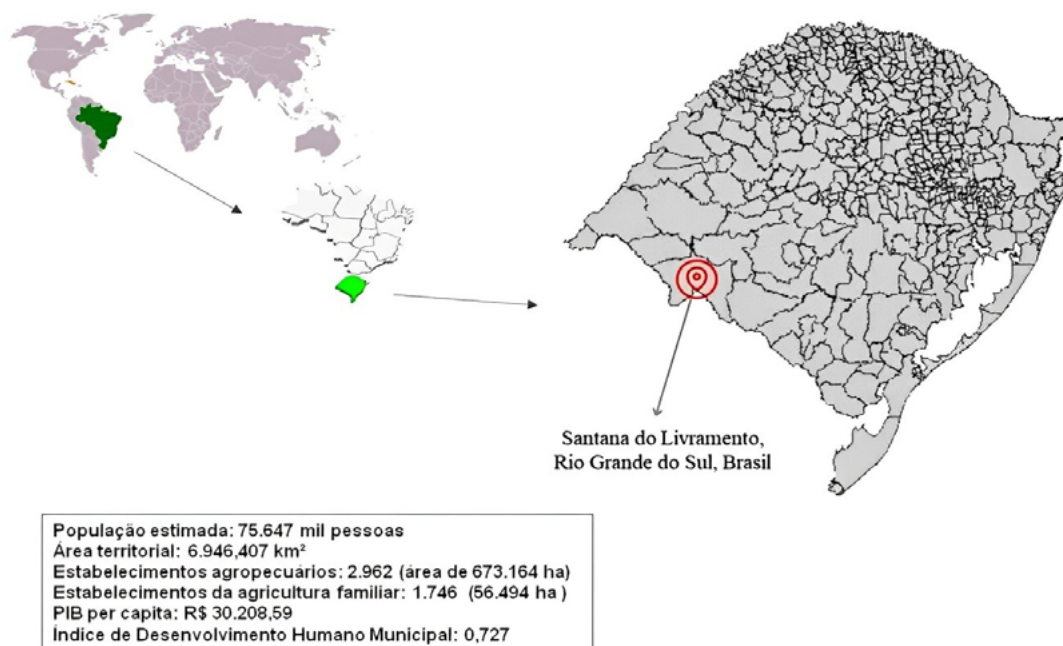
Metodologia

A pesquisa possui abordagem qualitativa, caráter exploratório e descritivo, realizada pelo método de estudo de caso. Focou-se a análise sobre as dinâmicas de reprodução social de agricultores familiares agroecológicos de Santana do Livramento (RS), cujos participantes da pesquisa compõem um único caso, embora com experiências, vivências e dinâmicas socioprodutivas distintas. Os agricultores familiares agroecológicos participantes da pesquisa constituem grupo social contrário à agricultura moderna hegemônica, que se caracteriza pelos monocultivos e emprega pacotes tecnológicos baseados no uso intenso de insumos externos como agrotóxicos, fertilizantes e pesticidas.

O município está inserido na região da Campanha Gaúcha (vide figura 01), onde há o predomínio de grandes propriedades rurais, monocultivos e a homogeneização dos sistemas de produção agrícolas. Ainda que seja reconhecida regionalmente pela pecuária e grandes extensões fundiárias, unidades de produção familiares estão estabelecidas no município desde meados do século XVIII (Ferron, & Troian, 2020). A economia do município se baseia no comércio, nas atividades agropecuárias, em especial, nas culturas do arroz e da soja e, mais recentemente, na vitivinicultura (FEE, 2018).

Figura 1

Localização do município de Santana do Livramento (RS)



Fonte: elaboração própria, adaptado de IBGE (2023).

A coleta de dados compreendeu a observação não participante e a realização de entrevistas semiestruturadas, mediante o uso de roteiros. As entrevistas ocorreram entre outubro de 2021 e janeiro de 2022. Foram efetuadas nove entrevistas com agricultores familiares agroecológicos (presencialmente)ⁱⁱⁱ e quatro com agentes de desenvolvimento (de forma híbrida – *On-line*, via plataforma Google Meet – e, presencial, nos seus locais de trabalho). Os agentes atuam no Instituto de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER), Associação Santanense de Produtores de Hortifrutigranjeiros (ASPH), Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS) e Secretaria de Agricultura de Santana do Livramento.

A observação foi realizada nas unidades de produção familiares e no local de comercialização de duas agricultoras, visando conhecer o ambiente produtivo e os meios de reprodução socioeconômica. As observações foram anotadas em um caderno de campo, as quais serviram de base na triangulação dos dados. A escolha dos entrevistados se deu pela técnica de bola de neve (Vinuto, 2014), em que se utilizam os respondentes iniciais como informantes-chave, para identificar e indicar outros participantes com o perfil do estudo. E a delimitação do número de entrevistas ocorreu pelo critério de saturação, quando os dados apresentaram sinais de exaustão (Fontanella, Ricas, & Turato, 2008).

Conforme o Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos, atualmente no município, há dois produtores orgânicos com cadastro ativo na base de dados do Ministério da Agricultura e Pecuária, ambos vinculados ao Organismo de Controle Social (OCS), denominado Agroecologia, Pampa, Terra e Fronteira dos Agricultores Familiares de Santana do Livramento (MAPA, 2023). Cabe mencionar que, pela característica da pesquisa exploratória, mediante a indicação dos informantes-chave sobre o público-alvo buscado na pesquisa, acredita-se ter contemplado a totalidade ou pelo menos a maioria dos agricultores familiares agroecológicos do município, através das indicações.

O tratamento dos dados se deu pela técnica de análise de conteúdo, proposta por Bardin (2011), gerando categorias. Para preservar a identidade dos participantes do estudo, foram usados nomes seguindo a ordem de realização das entrevistas, a saber: “AF” para agricultores familiares e “AD” para agentes de desenvolvimento. O estudo foi registrado junto ao Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Pampa sob o número de registro CAAE 50839221.2.0000.5323.

O protagonismo das cadeias curtas e as (re) conexões em Santana do Livramento (RS)

Considerando o contexto social, econômico e cultural do município de Santana do Livramento, evidencia-se que as razões dos agricultores familiares para o ingresso na produção agroecológica ocorrem pela influência do acesso ao conhecimento, a realização de cursos formais e capacitações, a busca por formas de vida mais saudáveis, a atuação e o papel dos movimentos sociais e pelo fato de, historicamente, as famílias produzirem de forma limpa, sem o uso de insumos externos, como os agrotóxicos. A agricultura de base sustentável, a partir de sistema de produção agroecológico, revela-se como uma estratégia de negócio viável para os agricultores familiares, que respeita os seres humanos, o meio ambiente e a biodiversidade, alinhada aos princípios da produção ecológica de alimentos e do desenvolvimento sustentável no setor agrícola (Maciel, 2022).

Contudo, os agricultores familiares agroecológicos vivenciam algumas dificuldades que, por vezes, atrapalham o desenvolvimento da produção. Os principais desafios que perpassam a produção agroecológica, relacionam-se à ausência mão de obra, ao baixo reconhecimento e valorização da comunidade local, às condições das estradas rurais, à falta de incentivos públicos e, em especial, às produções monocultoras que empregam agrotóxicos, como as plantações de soja. Essas produções estão cada vez mais próximas das unidades de produção familiar agroecológicas, resultando em malefícios ao meio ambiente e à saúde, pela contaminação dos recursos naturais, hídricos e das áreas, bem como pela dissipação dos agrotóxicos com o vento. Além disso, o modelo convencional de agricultura tem sido responsável por crescentes danos ambientais e pelo aumento das diferenças socioeconômicas no meio rural.

Geograficamente, a maioria das unidades de produção familiares agroecológicas se localiza na zona rural do município, oito dos nove entrevistados são proprietários da unidade de produção e apenas um agricultor é arrendatário (AF 02). Além disso, sete entrevistados possuem outra fonte de renda, além da produção agroecológica de alimentos, com destaque para a aposentadoria. Dois agricultores (AF 02 e 06) possuem a certificação social através da Organização de Controle Social (OCS),^{iv} formalizada no ano de 2015, assim como duas agricultoras (AF 01 e 03) são assentadas da reforma agrária e integram o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). As principais características dos entrevistados e das suas unidades de produção estão sintetizadas no quadro a seguir.

Quadro 1

Caracterização dos agricultores familiares agroecológicos e das unidades de produção agrícolas familiares em Santana do Livramento/RS

Entrevistado/a	Sexo*	Idade**	Escolaridade	Movimento que integra	Alimentos produzidos	Área de plantio	Tempo de Produção
AF 01	F	63 anos	EF	MST	Milho, mandioca, batata doce, abobrinha, abóbora cabotiá	8 ha	15 anos
AF 02	M	31 anos	ES	OCS e ASPH	Alface, couve, rúcula, espinafre, mandioca, batata doce, salsa, cebolinha, ovos	8 ha	5 anos
AF 03	F	49 anos	PG	MST	Couve, alface, cenoura, salsa, cebolinha, batata doce, mandioca, feijão, mel, queijo, ovos	23 ha	30 anos
AF 04	F	30 anos	PG	Nenhum	Acelga, alface, couve, rúcula, beterraba, alho poró, tomate, cebola, brócolis, cenoura, pimentão, salsa, cebolinha, pãncs	1 ha	1 ano e 6 meses
AF 05	M	65 anos	EF incompleto	ASPH	Alface, couve, acelga, beterraba, salsa, cebolinha, pêssego, laranja	6 ha	7 anos
AF 06	M	72 anos	EF incompleto	OCS e ASPH	Mandioca, feijão miúdo, frutas cítricas diversificadas como laranja, limão, tangerina, pêssego	31 ha	23 anos
AF 07	F	52 anos	PG	Movimento <i>Slow food</i>	Tubérculos em geral como mandioca, batata doce, beterraba, cenoura, frutas, hortaliças, legumes e verduras diversificadas	33 ha	5 anos
AF 08	F	57 anos	ES	ASPH	Abóbora, rúcula, repolho, couve, alface, salsa, cebolinha, berinjela, espinafre, tomate cereja, ovos, morango, pêssego	1 ha	10 anos
AF 09	F	65 anos	EM	Nenhum	Pepino, alface, pimentão, tomate, rúcula, uva, maçã, pêssego, laranja	7 ha	12 anos

* Sexo: F= feminino; M= masculino.

** Escolaridade: EF= Ensino fundamental; EM= Ensino médio; ES= Ensino superior; PG= pós-graduação.

Fonte: pesquisa de campo (2022).

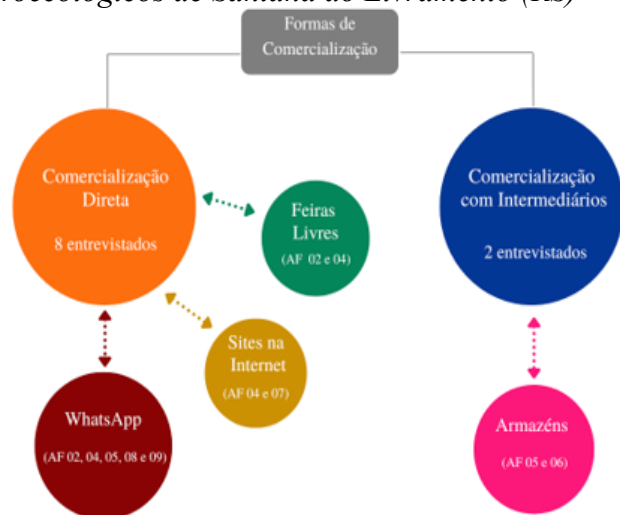
As estratégias de inserção aos mercados incluem a comercialização direta, fundamentadas em cadeias curtas de comercialização. Os agricultores familiares agroecológicos utilizam o aplicativo de mensagem WhatsApp como principal ferramenta para a comunicação e comercialização com os clientes e efetuam a entrega dos alimentos em domicílio. As tecnologias de informações se apresentam como aliadas dos agricultores, posto que a maioria utiliza plataformas digitais de e-commerce para venda de alimentos como também o aplicativo Instagram, como rede social de divulgação das ações. Outra estratégia mercadológica adotada pelos agricultores é a abertura de seus estabelecimentos à visita por parte dos consumidores, bem como a participação em feiras agroecológicas.

Dos nove agricultores entrevistados, oito fazem comercialização direta dos alimentos e dois comercializam em armazéns locais. Os entrevistados que realizam a comercialização direta dos alimentos destacaram a relação de proximidade com os consumidores, como menciona a agricultora: “[...] entrego na casa, eu mando a lista [pelo WhatsApp], daí me dizem o que precisam, montamos as sacolas e a gente leva pronto, com os valores” (Entrevistada AF 09).

Dois agricultores realizam a comercialização para intermediários, em estabelecimentos locais no município, como armazéns, feiras e minimercados. Conforme elucida o agricultor: “No momento comercializo pros bolichos, pros armazenzinho de ponta de rua como a gente diz e pras feiras [...]” (Entrevistado AF 06). A figura a seguir sintetiza os canais de comercialização utilizados pelos entrevistados.^v

Figura 2

Estratégias de mercado dos agricultores familiares agroecológicos de Santana do Livramento (RS)



Fonte: elaboração própria (2023).

A totalidade de entrevistados, em algum nível, utiliza as cadeias curtas como estratégia de comercialização. Os agricultores possuem clientes fiéis para os quais comercializam e entregam os alimentos diretamente. “Eu tenho meus clientes de anos e eu vendo também pra eles, levo pra eles [...] tenho esses fregueses antigos que pedem e é pra esses só que eu levo” (Entrevistado AF 05).

Entre os agricultores que realizam a comercialização direta, cinco ofertam os alimentos pelo aplicativo WhatsApp e efetuam a entrega diretamente em domicílio, em dias específicos. A agricultora explica que: “Vendo só no WhatsApp, tenho um grupo de clientes, ofereço o que eu tenho na semana e eles dizem o que querem, daí eu entrego nas casas, nas terças-feiras” (Entrevistada AF 08).

O Secretário de Agricultura de Santana do Livramento ressalta que os canais curtos são salutares para a comercialização dos agricultores familiares agroecológicos. A utilização de aplicativos de mensagens, oferta de produtos e consolidação da venda permite o desenvolvimento de relações de proximidade entre produtores e consumidores. Outrossim, na visão do entrevistado, os canais curtos de comercialização foram potencializados com o advento da pandemia de COVID-19:

A maior prova pra esse tipo de comercialização foi a pandemia, porque as pessoas tiveram que utilizar desse tipo de método pra que o alimento chegasse na casa das pessoas, a pandemia foi a melhor forma de mostrar que isso é possível. E eu acho que o principal objetivo é evitar o intermediário, é fazer a venda direta ao consumidor, o produtor poder vender direto pro consumidor, o produto chega de uma forma mais rápida, de uma forma mais direta, o consumidor tem um diálogo direto com quem produz (Entrevistado AD 04).

Os agricultores que realizam a comercialização direta de alimentos têm a consciência que os **canais curtos de comercialização** agregam valor ao produto. “[...] com a comercialização direta a gente consegue agregar mais valor no produto, com o preço direto não tem que passar por intermediário e isso valoriza o produto [...]” (Entrevistado AF 02). Para manter o vínculo de proximidade com os consumidores finais, dois dos cinco agricultores não cobram taxa de entrega, como afirma a agricultora: “[...] a nossa ideia é tornar a vida do cliente mais fácil, receber teu produto em casa, fresquinho, a gente não cobra entrega, não tem pedido mínimo de encomenda [...] foi uma coisa que a gente bateu muito na tecla no começo, tinha bastante dúvida, daí chegamos à conclusão que o seguinte, se a gente tiver que sair daqui, pra entregar só um pé de alface no dia da entrega, a gen-

te tá fazendo alguma coisa errada [...] claro, a gente faz uma rota pra fazer as entregas, numa quadra, às vezes, tu vende duas, três, num quarteirão, então vale a pena e pra nós e é um diferencial (Entrevistada AF 04).

Entre os agricultores que realizam a comercialização direta, duas agricultoras comercializam em **feiras agroecológicas**, onde expõem os alimentos produzidos em locais distintos no centro do município. Uma entrevistada comercializa todas as quartas-feiras e a outra todas as sextas-feiras. Além disso, também realizam entregas a domicílio e fazem parte de um grupo de mulheres. Ao comporem a ação coletiva-comunitária, comercializam tanto os próprios alimentos quanto os produtos do coletivo de mulheres. Ressalta-se que o grupo de mulheres possui um ponto de feira em Rivera no Uruguai todos os sábados, conforme a fala:

Nós temos um grupo de mulheres, que comercializa os produtos, quando eu venho, eu não trago só o meu produto eu trago de um grupo de mulheres, quando vem outra, ela não traz só o produto dela, traz de todo o grupo [...] nós temos uma organização, nas quartas-feiras a gente faz as entregas, de casa em casa” (Entrevistada AF 03).

Tendo em vista as condições atuais de infraestrutura das feiras agroecológicas de Santana do Livramento, o extensionista da EMATER destaca a importância de melhorias na estrutura para que o espaço esteja adequado para estabelecer a feira da agricultura familiar no município. Para o agente de desenvolvimento, o investimento em infraestrutura e divulgação dos espaços de comercialização tendem a potencializar e fortalecer as feiras agroecológicas, o acesso aos alimentos orgânicos e a autonomia da agricultura familiar:

Com a reforma do local pra feira, vai se ter um espaço adequado, qualificado mesmo pra comercialização direta e mais essa possibilidade de envolver os assentados, poderá ser aí, um caldo mais grosso do processo [...] sempre, todos os anos tinha duas, três feiras orgânicas, que chamava feira da produção orgânica, nesse espaço que é oficial da agricultura familiar [...] e com a melhoria desse espaço de feira, permanente e estruturado, talvez seja uma forma dos consumidores se deslocarem e adquirirem os alimentos nesse local (Entrevistado AD 01).

A presidente da Associação Santanense de Produtores de Hortifrutigranjeiros (ASPH) corrobora o depoimento do agente. Sua visão é que a concretização de um local adequado para as feiras da agricultura familiar é fundamental para unir o campo e a cidade, dar visibilidade aos alimentos oriundos da produção familiar agroecológica, valorizar o saber-fazer dos agricultores e

oportunizar aos consumidores acesso a alimentos com procedência conhecida:

[...] isso é uma conquista pra agricultura familiar, eu acho que no momento que a gente tiver esse pavilhão, isso vai fazer com que mais pessoas vão pra aquele local fortaleça um ponto de comercialização vai fazer com que mais consumidores venham e isso vai fazer com que fomenta mais, que motive mais (Entrevistada AD 02).

Para Troian *et al.* (2021), a comercialização de alimentos em feiras é uma importante estratégia de reprodução para a agricultura familiar, sobretudo, nos territórios com elevados índices de pobreza e vulnerabilidade socioeconômica, como é o caso de Santana do Livramento. Fundamentam esses aspectos: i) o fortalecimento de vínculos socioculturais e econômicos e a promoção da autonomia dos agricultores; ii) a geração de troca de conhecimento e de saberes, pois o confronto pessoal entre produtores de orgânicos e de produtos agroecológicos cria sinergias na apropriação do conhecimento; e iii) a aproximação dos produtores e consumidores; entre outros.

De acordo com Pozzebon, Rambo e Gazolla (2018), os circuitos agroalimentares curtos vêm se tornando uma estratégia viável de manutenção das famílias no meio rural devido à garantia de rentabilidade, já que fortalecer a categoria social implica na criação de meios para se diversificar opções de trabalho e renda. Dessa forma, as cadeias curtas constroem novas formas de interação entre o produtor e o consumidor mediante o resgate da procedência e da identidade do produto.

Ainda sobre os canais curtos de comercialização em Santana do Livramento, duas entrevistadas vendem por meio digital, possuindo um *site* ou *plataforma digital*, que funciona como loja virtual, onde os clientes realizam os pedidos, os quais são entregues uma vez por semana. “O canal de distribuição dos nossos produtos é o site, que é a nossa loja virtual [...] toda a semana a gente atualiza conforme os alimentos que possuímos [...] eles compram e uma vez por semana a gente entrega na cidade [...]” (Entrevistada AF 07).

Para a Entrevistada AF 04, a comercialização mediada pela plataforma digital permite a otimização do tempo e a operacionalização do registro dos pedidos e entregas:

Faz um tempo que a gente tá trabalhando com uma plataforma que é gratuita, que é o Goomer Go, na verdade é um sisteminha de pedidos, um catálogo, aí tu seleciona o que tu quer, envia o pedido e cai direto no WhatsApp, não precisa e-mail e isso possibilitou colocar fotos, porque não tinha como colocar foto no grupo de Whats

[...] e agora o cliente enxerga o que tá comprando, porque a gente compra com os olhos também (Entrevistada AF 04).

O agente de desenvolvimento, professor universitário da UERGS, visualiza a comercialização através das tecnologias digitais como uma novidade de reprodução social e econômica dos agricultores familiares em Santana do Livramento, acentuada na pandemia da COVID-19. O fato de os consumidores necessitarem manter o distanciamento social, como medida para conter a contaminação do vírus, fez com que se priorizasse alimentos saudáveis, oriundos de uma produção limpa e de fácil acesso.

Talvez a grande novidade é a questão do uso das tecnologias para comercialização, então esses circuitos que eram incipientes pré-pandemia acabaram se potencializando e, de alguma forma, se consolidando e mesmo ampliando o número de agricultores e o número de consumidores e isso foi perceptível também na pesquisa que nós realizamos. [...] claramente a grande inovação que eu percebo é esse contato entre quem produz e quem consome que deu neste momento via o uso de aplicativos via as entregas à domicílio, mas de alguma forma pode se ampliar, podendo ser criadas outras formas de mercado (Entrevistado AD 03).

Para Gazolla e Aquino (2021), a reinvenção dos mercados da agricultura familiar, especialmente as (re) conexões a partir de sites e plataformas digitais de comercialização de alimentos e produtos com consumidores urbanos, são fortemente baseados na capacidade de adequação dos agricultores e suas organizações sociais em relação aos seus mercados e canais de comercialização. Os agricultores inseridos nos mercados digitais têm conseguido mostrar resiliência e criatividade ao iniciarem processos de uso das Tecnologias da Informação e Comunicações (TICs) para vender seus produtos, a partir da construção de novas cadeias curtas, com uma interface tecnológica ou sociotécnica com os consumidores.

Seis dos nove entrevistados destacam que as tecnologias da informação como internet, aplicativos de mensagens e/ou compras *on-line* modificaram a forma de inserção no mercado e de comercialização. Ou seja, as tecnologias alteraram a forma de adentrar no mercado e de comercializar, o que pode ser visualizado na fala: “Sim, muito. Eu vendo praticamente só pelo WhatsApp, auxilia bastante, muito prático e te diminui aquela coisa que tu tem que tá ligando pra cada um, tu manda ali a lista de produtos, escolhem o que querem e já pedem, só facilitou” (Entrevistada AF 09).

Para outros três entrevistados, as tecnologias da informação são a base da divulgação e comercialização da produção. Os entrevistados demonstraram ser ativos na internet, sobretudo, nas redes sociais e nas plataformas que utilizam como meio para comercialização. Engajados, os entrevistados utilizam esses meios para interagir com usuários, descortinando o dia na unidade produtiva, as novidades e os desafios enfrentados com produção agroecológica. Conforme aponta a agricultora: “É o cerne da propaganda, da divulgação e da comercialização em si, sem a internet, WhatsApp, Instagram seria impossível ter o alcance que temos hoje, é fundamental” (Entrevistada AF 04).

De acordo com Cunha e Schneider (2021), com o aperfeiçoamento das estratégias de acesso a mercados, os agricultores familiares têm investido em cadeias curtas, aprimorando os canais de venda direta aos consumidores finais, podendo ocorrer através do ambiente virtual, como aplicativos de mensagens como WhatsApp e redes sociais como Instagram e Facebook, além das plataformas de *e-commerce*. O comércio eletrônico, as ferramentas tecnológicas e as redes sociais ganharam visibilidade e se tornaram dispositivos estratégicos de conexão entre produtores e consumidores.

Em harmonia à utilização de recursos digitais, uma agricultora também proporciona aos consumidores a visita à unidade de produção familiar, oportunidade em que podem adquirir e consumir os produtos no local. Eventualmente, a família oferece almoços à comunidade local.

A primeira experiência que a gente teve aqui foi o sábado, feira onde as pessoas vinham colher seus produtos. Antes da pandemia, a gente fez durante um ano e meio, as pessoas vinham aqui colher na horta e faziam as suas colheitas e iam pra casa [...] e agora desde setembro a gente retomou a visita e que aí engloba uma série de coisas, tem a colheita pra levar, tem a colheita pra consumir aqui, tem almoços que a gente faz [...] todas essas atividades são pra trazerem as pessoas aqui e elas validarem, porque a agroecologia também tem um processo de validação do outro (Entrevistada AF 07).

Na opinião do Entrevistado AD 03, a experiência da visita à propriedade supera a questão da produção e promove o turismo rural sustentável, bem como a ecogastronomia. Tais iniciativas são uma novidade para o município e abrem novas possibilidades de lazer e alimentação saudável aos consumidores locais.

Acho que também tem que ser destacada, uma inovação bem interessante da ecogastronomia, da visita, da ida da propriedade para além da questão da produção. Também realizar outras atividades que acaba de alguma forma também, sendo uma grande novidade local e que

nós visualizamos em outras regiões, em outros locais mesmo na Europa (Entrevistado AD 03).

A diversificação da atividade econômica no meio rural permite que o contexto de produção familiar seja um ambiente pluriativo e multifuncional com diferentes produtos e serviços, como o turismo rural e a preservação ambiental (Tardetti, Tonezer, & Badalotti, 2022). Para mais, as divulgações em mídias sociais, bem como a promoção e fortalecimento da imagem da unidade produtiva familiar, com elementos territoriais (turismo rural, paisagens, natureza e gastronomia) são algumas das estratégias para fortalecer as relações diretas com os consumidores (Duarte *et al.*, 2021).

Com o propósito de aprimorar os modos de comercialização, a agricultura familiar agroecológica implementou mudanças no acesso aos mercados, ao longo do tempo, ou seja, diversos foram os canais acessados pelos entrevistados, como venda em supermercados, pizzarias, por telefonemas, através de feiras municipais, entre outros. Lourenço e Schneider (2022) afirmam que a agricultura de base sustentável se configura como geradora de benefícios para a agricultura familiar, tanto na perspectiva econômica quanto nas sociais e ambientais. A agricultura agroecológica amplia as possibilidades estratégicas de reprodução social, principalmente por se basear em distintos modos de comercialização, que incluem feiras, restaurantes, programas institucionais, cooperativas e lojas especializadas (Santos, 2020).

Nesse sentido, convém revelar quem são os atores que adquirem os alimentos agroecológicos produzidos pela agricultura familiar em Santana do Livramento. Segundo os entrevistados, os consumidores buscam por uma alimentação saudável e qualidade de vida. Comumente são pessoas bem informadas sobre alimentação, as quais priorizam o alimento natural. “Geralmente são pessoas que priorizam o alimento saudável, que sabem que é um produto orgânico, que não contém nada de químico, o mais natural possível, que cuidam da saúde e buscam uma alimentação saudável” (Entrevistada AF 08).

Por conseguinte, a presente pesquisa verificou que os consumidores representam o público feminino, com graduação, estabilidade financeira e profissional, experiência fora do município, que se preocupam com alimentação e com a sustentabilidade. A partir disso, uma entrevistada afirma que se importa em atender ao público que compreende e está alinhado à sua filosofia, por esse motivo, argumenta que não pretende atingir o público que não compartilha os mesmos valores:

Nós temos um perfil bem claro, público feminino, com nível superior de educação, profissional liberal, com estabilidade na carreira bem marcada, pessoas com experiência fora de Livramento, seja por ter trabalhado, morado, ter vindo morar aqui e ser de fora, e um público muito preocupado com o futuro, com a questão da natureza, conservação, maioria deles envolvidos com outros sistemas de sustentabilidade, ou que reciclam lixo, ou fazem exercício, ou se alimentam de forma responsável, ou tem filhos e querem que sigam essa alimentação, então é bem específico o nosso público, bem focado [...] nós temos bem claro quem a gente quer aqui, o nosso foco são pessoas que querem conhecer o que é uma propriedade agroecologia e quer vir provar os produtos locais [...] então, não tá no nosso escopo de preocupação ampliar o público e ser conhecido pra trazer gente pra cá que não tá ligada com a ideia daqui (Entrevistada AF 07).

A pesquisa corrobora com os achados de Terra e Costa (2017). Ao avaliarem o perfil consumidor dos produtos oriundos de sistemas orgânicos e agroecológicos de produção em Santana do Livramento, os autores depa- raram um perfil predominantemente feminino, com grau de escolaridade superior completo, de classe social média. A pesquisa constatou ainda que no município existe um mercado promissor para orgânicos e agroecológicos, que poderá ser melhor explorado através da divulgação, exposição dos produtos nas gôndolas de supermercados e em feiras livres.

Por fim, destaca-se que o fortalecimento da agricultura familiar produtora de alimentos agroecológicos é estratégica para o abastecimento alimentar do campo e da cidade de Santana do Livramento, uma vez que vem contribuindo para a promoção da segurança alimentar nutricional, gerando trabalho e renda, emancipação social, bem como para a construção de práticas e mercados alimentares saudáveis e sustentáveis localmente. Nesse sentido, a categoria social tem participado de distintos tipos de mercados alimentares, os quais têm se constituído em espaços de trocas e interações sociais, focada em atender de forma prática e oportuna os anseios dos consumidores mais conscientes e exigentes.

Em confronto ao sistema alimentar hegemônico, as estratégias promovidas pelos agricultores familiares agroecológicos em Santana do Livramento estão alinhadas às tendências de mercados no período (pós) pandêmico, vigorosamente, relacionadas ao consumo remoto, aos pedidos por aplicativo de mensagens e à entrega em domicílio. O movimento faz com que se consuma mais perto, isto é, do produtor local, o qual tem a possibilidade de estreitar laços e demonstrar a procedência e a qualidade dos processos empregados

na produção de alimentos.

Nessa lógica, tem-se aperfeiçoado técnicas que garantem a produção, distribuição, comercialização e consumo de alimentos, estimulando meios disruptivos para o enfrentamento da fome e a insegurança alimentar. Esse processo se torna socialmente ainda mais significativo, ao passo que é desenvolvido em um território onde há forte presença de latifúndios, que praticam monocultivos e se utilizam de agentes químicos nos sistemas produtivos, como os agrotóxicos e fertilizantes.

Diante do contexto, verifica-se que os agricultores familiares agroecológicos do município desenvolvem suas práticas às margens do agronegócio produtor de *commodities* e, dessa forma, diferenciam-se tanto produtivos quanto comercialmente. Ao apostarem nos canais curtos de comercialização e nos mercados de proximidade, utilizam-se dos recursos digitais como aliados no processo de divulgação e concretização da comercialização dos alimentos, tendo como escopo a visibilidade da qualidade dos produtos ofertados, a segurança no consumo, o contato próximo com os clientes e a reprodução socioeconômica familiar. No entanto, pelo perfil dos consumidores que consomem os produtos agroecológicos do município, entende-se que boa parte do mercado ainda é um *nicho*, restrito à seleta população, cujas renda e escolaridade são elevadas.

Considerações finais

A pesquisa de campo realizada em Santana do Livramento permitiu identificar a emergência de agriculturas sustentáveis desenvolvidas em lógica contradizentes ao sistema alimentar convencional. No município, estão presentes agricultores familiares e assentados da reforma agrária, que produzem e ofertam localmente alimentos saudáveis e que estreitam os vínculos com os consumidores finais através das relações de confiança e reciprocidade.

O fortalecimento dos canais curtos de comercialização, a exemplo da exposição em feiras e a venda direta, tem permitido com que parte da população santanense acesse uma diversidade de alimentos de qualidade. Entretanto, a análise preliminar do perfil dos consumidores finais do grupo de produtores agroecológicos indica que existem desafios ao avanço do modelo convencional de orgânicos. Em suma, considera-se que a produção e comercialização de alimentos orgânicos e ou agroecológicos ainda é nicho de mercado devido a uma série de razões, a saber: i) o baixo poder aquisitivo das famílias locais; ii) o preconceito em relação à “pequena produção”, em especial aquelas comercializadas

nas feiras ligadas ao MST; iii) o desconhecimento e ausência de reflexividade sobre a importância do consumo de alimentos da estação, sem o uso de substâncias químicas, como os agrotóxicos, fertilizantes e pesticidas; iv) entre outros.

Outrossim, constatou-se que a produção em pequena escala, com respeito à sazonalidade produtiva, com diversificação e qualidade nos processos e nos alimentos produzidos, necessitou buscar formas alternativas de comercialização frente às crises sanitária e econômica recentes. Nesse sentido, as cadeias curtas atuam, sincronicamente, como estratégia viável de manutenção socioeconômica das famílias agricultoras, assim como um espaço de trocas, de compartilhamento de saberes, informações e socialização de vivências. Com efeito, os circuitos agroalimentares curtos constroem novas formas de interação entre o produtor e o consumidor, mediante o resgate da procedência e da identidade do alimento e da cultura local.

Com o cenário pandêmico, as alternativas adotadas para superar os entraves do distanciamento social materializaram-se no consumo remoto, nos pedidos por aplicativo de mensagem, como o WhatsApp, e a entrega em domicílio. Todas essas estratégias conduziram à aproximação entre agricultores e consumidores, fazendo com que se consumisse mais perto, ou seja, de produtores locais.

O cenário social e produtivo da região revela a necessidade de discussão sobre a democratização do acesso aos alimentos saudáveis, principalmente através da produção agroecológica local. Essa precisa superar o status de produtora de alimentos “sem agrotóxico” e assumir o seu papel social na produção de alimentos saudáveis e sustentáveis, na socialização dos saberes e na oferta de produtos com preços acessíveis à população. Por esse caminho, tornar-se-á possível a apropriação de sua função estratégica em contribuir para a superação do modelo hegemônico de agricultura no município e para a oferta de alimentos salutareis.

Por fim, menciona-se a aparente percepção de que, com maior divulgação e popularização da produção familiar agroecológica, têm-se a ampliação de seus mercados. Considerando a noção de que o mercado consumidor local se encontra em potencial em expansão, políticas de incentivo se tornam extremamente relevantes para que, de fato, a agricultura familiar agroecológica tenha estrutura e reconhecimento que merece e necessita.

Para contribuir com o desenvolvimento de agriculturas sustentáveis em Santana do Livramento, faz-se

mister a realização de estudos que possibilitem identificar oportunidades para reprodução socioeconômica da categoria social da agricultura familiar. Neste sentido, são válidas pesquisas que possam reconhecer as aptidões produtivas da região do Pampa, bem como identificar as demandas locais para inserção dos produtos agroecológicos (nos mercados de proximidade, nos mercados institucionais, entre outros).

Referências

Alvez, F. D., Silveira, V. C. P., & Ferreira, E. R. (2007). Territorialização camponesa, identidade e reproduções sociais: os assentamentos rurais na metade sul do Rio Grande do Sul. *Campo-território: Revista de Geografia Agrária*, 2(4), pp. 82-97.

Baiardi, A., & Pedroso, M. T. M. (2020). Demystifying agroecology in Brazil. *Ciência Rural*, 50(11), e20191019.

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. 1. ed. São Paulo: Edições 70.

Bencke, G. A., Chomenko, L., & Sant'anna, D. M. (2016). O que é o Pampa. In: Chomenko, L., & Bencke, G. A. *Nosso Pampa Desconhecido*. Porto Alegre: Fundação Zoobotânica do Rio Grande do Sul.

Cunha, J. I. C. da., & Schneider, S. (2021). TICs, digitalização e comercialização em rede: O caso da rede Xique-Xique/RN. In: Niederle, P., Schneider, S., & CASSOL, A. (Orgs.). *Mercados Alimentares Digitais: Inclusão produtiva, cooperativas e políticas públicas*. Porto Alegre: UFRGS.

Duarte, J. S., Justin, B. E., Souza, A., Grisa, C., & Bolter, J. (2021). "Reinvenção" e inclusão socioprodutiva a partir dos mercados alimentares digitais no Litoral Norte do Rio Grande do Sul. In: Niederle, P., Schneider, S., & Cassol, A. (Orgs.). *Mercados Alimentares Digitais: inclusão produtiva, cooperativas e políticas públicas*. Porto Alegre: UFRGS.

FEE. Fundação de Economia e Estatística. (2018). *Resumo estatístico*. Disponível em: <https://arquivofee.rs.gov.br/perfil-socioeconomico/municipios/detalhe/?municipio=Santana+do+Livramento>. Acesso em: 14 set. 2022.

, J. da L., & Troian, A. (2020). O processo de implantação dos assentamentos rurais em Santana do Livramento (RS). *Revista Economia e Desenvolvimento*, 32, pp.1-15

Ferron, J. da L., Troian, A., & Breitenbach, R. (2021). Agricultura Familiar e Reprodução Social: Estratégias dos Assentados de Santana do Livramento/RS. *Desenvolvimento em Questão*, 19(57), pp. 138-155. <https://doi.org/10.21527/2237-6453.2021.57.11763>

Fontanella, B. J. B., Ricas, J., & Turato, E. R. (2008). Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas. *Cadernos de Saúde Pública*, 2(1), pp.17-27.

Gazolla, M. (2017). Cadeias curtas agroalimentares na agroindústria familiar: dinâmicas e atores sociais envolvidos. In: Gazolla, M., & Schneider, S. (Orgs.). *Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar*. Porto Alegre: UFRGS.

Gazolla, M., & Aquino, J. R. de. (2021). Reinvenção dos mercados da agricultura familiar no Brasil: a novidade dos sites e plataformas digitais de comercialização em tempos de Covid-19. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 29(2), pp. 427-460.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2019). *Censo Agropecuário 2017: resultados definitivos*. Disponível em: https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo_agro/resultadosagro/index.html. Acesso em 23 nov. 2022.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2023). *Cidades e Estados*. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/santana-do-livramento.html>. Acesso em 10 jan. 2023.

Lourenço, A. V., & Schneider, S. (2022). Características da agricultura orgânica no Sul do Brasil - evidências a partir do Censo Agropecuário 2017. *Desenvolvimento Regional em Debate*, 12, Ed. Esp. (Dossiê), pp. 165-190.

Maciel, M. D. A. (2022). *Desenvolvimento sustentável e as práticas inovadoras da agricultura familiar: O caso de Santana do Livramento/RS*. 272f. Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade Federal do Pampa. Santana do Livramento.

- Maia, J. F. (2022). *O Pampa Gaúcho e a contribuição da agricultura e da pecuária familiar no processo de desenvolvimento territorial*. 201 f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal do Pampa, Santana do Livramento.
- Maia, J. F., & Troian, A. (2022). O Pampa Gaúcho: fatores materiais e imateriais na consolidação do território. *Revista Grifos*, 31(57), pp. 1-19.
- MAPA. Ministério da Agricultura e Pecuária. (2023). *Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos*. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/organicos/cadastro-nacional-produtores-organicos>. Acesso em: 09 mai. 2023.
- Matei, A. P., & Filippi, E. E. (2012). *O bioma pampa e o desenvolvimento regional no Rio Grande do Sul*. In: Anais... 6º Encontro de Economia Gaúcha. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em: http://cdn.fee.tche.br/eeg/6/mesa8/O_Bioma_Pampa_e_o_Developmento_Regional_no_RS.pdf. Acesso em: 17 dez. 2020.
- MDS. Ministério do Desenvolvimento Social. (2021). *Relatório de informações sociais*. Disponível em: <https://aplicacoes.mds.gov.br/sagi/Rlv3/geral/relatorio.php#Vis%C3%A3o%20Geral>. Acesso em: 13 set. 2021.
- Monteblanco, F. L. (2013). *O espaço rural em questão: formação e dinâmica da grande propriedade e dos assentamentos da reforma agrária em Santana do Livramento/RS*. 252 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Nascimento, S. G. da S., Ávila, M. R. de, Cabezudo, M. A., Nunes, O. M., & Deble, L. P. (2018). Sistema silvipastoril na bacia hidrográfica do Rio Santa Maria: uso do Inhanduvá. *Biodiversidade*, 17(3), pp. 130-144.
- Pozzebon, L., Rambo, A. G., & Gazolla, M. (2018). As Cadeias Curtas das Feiras Coloniais e Agroecológicas: Autoconsumo e Segurança Alimentar e Nutricional. *Desenvolvimento em Questão*, 16(42), pp. 405-441.
- Ribeiro, C. M. (2003). *Pecuária familiar na região da Campanha do Rio Grande do Sul: definições e estratégias*. Série Realidades Rurais. Porto Alegre: Emater.
- Santos, C. F. dos, Siqueira, E. S., Araújo, I. T. de, & Maia, Z. M. G. (2014). A agroecologia como perspectiva de sustentabilidade na agricultura familiar. *Ambiente & Sociedade*, 17(2), pp. 33-52.
- Santos, T. R. (2020). *Agroecologia, certificação orgânica e agricultura familiar no contexto brasileiro*. 91f. Dissertação (Mestrado em Sociedade, Ambiente e Território) – Universidade Federal de Minas Gerais e Universidade Estadual de Montes Claros. Montes Claros.
- Schneider, S., & Ferrari, D. L. (2015). Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na Agricultura familiar – o processo de realocização da produção agroalimentar em Santa Catarina. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, 17(1), pp. 56-71.
- Tardetti, L. D., Tonezer, C., & Badalotti, R. M. (2022). Turismo e desenvolvimento rural no município de Quilombo-SC. *Revista do Desenvolvimento Regional*, 19, Ed. Esp. (SOBER), pp. 229-251.
- Terra, S. B., & Costa, J. E. L. da. (2017). Nível de informação e consumo da população sobre produtos orgânicos em Santana do Livramento, Rio Grande do Sul. *Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável*, 12(2), pp. 311-318.
- Troian, A., & Breitenbach, R. (2018). Estratégias e formas de reprodução social na agricultura familiar da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul. *Novos Cader-nos*, 21(1), pp. 139-158.
- Troian, A., Aguirre, M. L. C., Breitenbach, R., & Pauli, R. I. P. (2021). Estratégias de reprodução social da agricultura familiar: o caso das feiras nos territórios prioritários do RS. In: Oliveira, S. V. de, Neves, E. F. das, Pauli, R. I. P., Troian, A., & Pupo, M. V. (Orgs.). *Tecnologias sociais e iniciativas de desenvolvimento sustentável em territórios prioritários do Rio Grande do Sul*. Jundiá: Paco Editorial.
- Verano, T. C., Figueiredo, R. S., & Medina, G. S. (2021). Agricultores familiares em canais curtos de comercialização: uma análise quantitativa das feiras municipais. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 59(3), pp. 1-17.

Vinuto, J. (2014). A amostragem em Bola de Neve na pesquisa qualitativa: Um debate em aberto. *Temáticas*, 22(44), pp. 201-218.

ⁱAgradece-se a bolsa concedida pelo Programa de Auxílio da Pós-Graduação da Universidade Federal do Pampa (PAPG-UNIPAMPA). O estudo contém resultados parciais da pesquisa de mestrado da primeira autora. Ela foi realizada no âmbito do Círculo de Estudos em Desenvolvimento e Ruralidades (CEDER)/CNPq

ⁱⁱEnquanto que em Santana do Livramento há produtores de soja comemorando a safra recorde, 27% da população não tem emprego ou possui trabalho informal, precário e vulnerável. Mais de 15% da população possui registro no Cadastro Único para Programas Sociais, em que 5.695 famílias recebem Bolsa Família (MDS, 2021).

ⁱⁱⁱRespeitaram-se os protocolos da Organização Mundial da Saúde (OMS) para a prevenção da COVID-19.

^{iv}Caracteriza-se como um mecanismo participativo de legalização da produção orgânica, que concede um atestado de cadastro de produtor orgânico, por meio de registro realizado junto ao Ministério da Agricultura, o qual consta na relação geral do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos (CNPO).

^vSalienta-se que o somatório apresentado ultrapassa o total de agricultores agroecológicos entrevistados, em função de que um agricultor se enquadrar em mais de uma forma/modalidade de comercialização.