

Organização e práticas de economia solidária com agricultores familiares: o caso do instituto chão

Instituto chão: solidary economy organization and practices with family farmers: the case of the chão institute

DOI:10.34117/bjdv6n3-059

Recebimento dos originais: 29/02/2020

Aceitação para publicação: 05/03/2020

Eduardo Figueiredo

Mestrando em Agroecologia e Desenvolvimento Rural da UFSCar Campus Araras
Instituição: Universidade Federal de São Carlos - UFSCar. Centro de Ciências Agrárias
Endereço: Rod. Anhanguera km 174 - SP 330 - CEP 13600-970, Araras - SP, Brasil.
E-mail: eduardo.figueiredo83@yahoo.com.br

Adriana Estela Sanjuan Montebello

Professora Doutora da UFSCar Campus Araras
Instituição: Universidade Federal de São Carlos - UFSCar. Centro de Ciências Agrárias
Endereço: Rod. Anhanguera km 174 - SP 330 - CEP 13600-970, Araras - SP, Brasil. Departamento de Tecnologia Agroindustrial e Socioeconomia Rural - DTAiSeR.
E-mail: adrianaesm@ufscar.br

Luiz Antônio Cabello Norder

Professor Doutor da UFSCar Campus Araras
Instituição: Universidade Federal de São Carlos - UFSCar. Centro de Ciências Agrárias
Endereço: Rod. Anhanguera km 174 - SP 330 - CEP 13600-970, Araras - SP, Brasil. Departamento de Desenvolvimento Rural - DDR.
E-mail: luiz.norder@ufscar.br

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo discutir aspectos da economia solidária, desenvolvimento rural, comércio justo e canais de comercialização por meio de um de caso: o Instituto Chão, sediado em São Paulo. Trata-se de uma feira livre que organiza modelos de geração de renda e distribuição de alimento para consumo mais consciente. A pesquisa considera a pergunta de que o Instituto Chão e agricultores familiares promovem uma diversificação produtiva e uma melhoria de renda no processo de compra e venda de produtos agrícolas com a definição do valor pelo próprio agricultor. Foi realizada uma revisão de literatura, aplicação de dois questionários semiestruturados e elaboração de um grafo. Os resultados destacam a importância da criação de uma rede comercial, além da compra de determinado produto (arroz) do MST, que sustenta toda uma cadeia produtiva, o fortalecimento de relações de trabalho mais justas e a operacionalização dos sistemas de comercialização solidária. Esse processo maximiza a formação da rede produtiva que remunera os agricultores familiares permitindo sua sustentabilidade produtiva e econômica. Verificou-se um incentivo à diversificação produtiva, melhores condições de trabalho, ampliação do equilíbrio ambiental e maior autonomia econômica do produtor rural.

Palavra chave: Desenvolvimento Rural; Agroecologia; Economia Solidária; Comércio Justo e Solidário; Canais de Comercialização.

ABSTRACT

The objective of this work is to discuss aspects of solidarity economy, rural development, fair trade and marketing channels through a case study: Institute Chão, based in São Paulo. A free fair that organizes models of income generation and food distribution for more conscious consumption. The research considers the question that the Chão Institute and family farmers promote a productive diversification, improvement of income in the process of purchase and sale by the amount stipulated by the farmer. Through the literature review, the application of two semi-structured questionnaires and a graph will be presented the results and a discussion of the work. The results highlight the importance of the creation of a commercial network, as well as food sovereignty, a strengthening of fairer labor relations and marketing systems. This process maximizes the formation of the productive network that remunerates the family farmers. There was a diversification of production and biodiversity, as well as better working conditions, environmental balance and greater economic autonomy of the rural producer.

Keyword: Rural Development; Agroecology; Solidarity Economy; Fair and Solidarity Trade; Marketing Channels.

1 INTRODUÇÃO

A partir da década de 1990, vários estudos, entre os quais Singer (2002) e Souza (2018) consideram que a economia solidária tem como objetivo a geração de renda. Esses empreendimentos econômicos têm suas relações sociais e funcionamento associados aos princípios de autogestão, confiança, solidariedade, cooperativismo e transparência.

O Brasil registra, no início da década de 1990, forte recessão, arrocho salarial e crise institucional. Com isso, as iniciativas que impulsionavam o desenvolvimento por meio de relações comerciais de solidariedade, renda e emprego foram introduzidos pela sociedade civil e por políticas públicas. A economia solidária constitui-se de trabalho e renda na produção, com incentivo à cooperação, solidariedade e outra relação entre o trabalhador e o seu trabalho.

Diante deste contexto, a agricultura familiar passou a estabelecer novas relações com essa nova economia que procurava fortalecer sua produção, oferecer incentivos para a diversidade do plantio, relações de serviços, trabalhos e saberes para a inclusão social. Nesse sentido, o empreendimento de economia solidária aponta para a produção de uma cultura relacionada ao trabalho e à promoção humana. As feiras geram espaços de encontro entre quem compra e quem vende mais do que um contato humanizado entre produtores e consumidores. Por meio desse relacionamento, os consumidores podem conhecer a origem do produto, as relações de trabalho, transporte e qualidade do alimento, entre outros aspectos.

Contudo, essa rede solidária destaca-se em cadeias em torno de uma transformação social, a troca entre grupos mais próximos, assim possibilitando novas parcerias e possibilidades, que anteriormente se baseavam em contratos e lucro. Portanto, a economia solidária permite a criação de outra dinâmica entre agricultura e a natureza, que busca a preservação do meio ambiente, e um desenvolvimento que se encaixe com a agricultura familiar que produz alimentos sem agrotóxicos.

Dessa forma, existe um múltiplo compromisso de criação de trabalho, geração de renda, solidariedade e saúde para todos. Na literatura são encontradas referências como Singer e Souza (2000); Gaiger (2006); Veronese (2009) que analisaram em seus estudos a economia solidária na agricultura familiar, o que acenava para maior viabilidade econômica, promoção social e relações de confiança.

Neste sentido, o Fórum de Economia Solidária (2013) declarou que a produção em assentamentos rurais pelos agricultores familiares deveria ser comercializada em feiras agroecológicas. Assim, o agricultor familiar começa a considerar o seu plantio de acordo com práticas ecológicas que não agredem o meio ambiente, particularmente através da utilização de sementes crioulas e da diversificação da sua produção, pois há incentivos para cultivos de diversos legumes, hortaliças, frutas e sementes; e relações de trabalho mais equitativas. A inserção desses agricultores no mercado constitui-se em relações sociais, políticas e culturais oriundas de normas, regras e valores. Como cita Ploeg (1992), Abramovay (1992) e Wilkinson (2010), a entrada em circuitos mercantis solidários pode ser benéfica e trazer autonomia para os agricultores familiares. Portanto, o canal de comercialização dá-se em iniciativas que buscam os pressupostos de cooperação, autonomia e soberania alimentar, havendo maior aproximação entre os que produzem, comercializam e compram conforme Renting, Marsden e Banks (2003); Brunori, Rossi e Malandrini (2010); e Star (2010).

Ademais, as redes de comercialização que priorizam os agricultores familiares preconizam maior equilíbrio em suas trocas mercantis e as relações do comércio justo. Portanto, como comenta Souza (2008), existe um reconhecimento do trabalho do agricultor quando o consumidor compreende que existe um pagamento justo de seus produtos devido às qualidades especiais tais como a certificação, a forma como é produzido e, transportado e suas relações de trabalho. O consumidor percebe que existe uma lógica comercial desde o cultivo, a produção, distribuição, comercialização, desenvolvimento sustentável e venda que numa rede de atores interdependentes; valoriza-se a cooperação, as relações de confiança e a construção de um novo paradigma para as relações sociais de consumo, o que inclui os modelos agroecológicos, as relações de trabalho mais justas, e as modalidades de comercialização que almejam, por um lado, mobilizar consumidores mais conscientes que busquem alimentos com maior qualidade e, por outro, agricultores que protagonizem redução nas desigualdades sociais e que estejam empenhados em obter renda suficiente para sua permanência no campo. Busca-se, assim, maior viabilidade econômica e social para os agricultores familiares (CAPORAL e COSTABEBER 2009; GLIESSMAN, 2007; ALTIERI, 2010; ROSEMERYER, 2010; PETERSEN, 2013).

Deste modo, a experiência de novos empreendimentos econômicos solidários encontra-se em trabalhos como o de Midori (2009); Santos (2012) e Trocas Verdes (2019) os quais destacam como funcionam e se organizam as trocas verdes. Nas trocas verdes há voluntários que organizam um site

de vendas de produtos orgânicos provenientes dos produtores locais abastecendo a sede da rede de consumo responsável que funciona toda a terça-feira com produtos da agricultura familiar e orgânica, situada rua: Eurico V. de Carvalho, 221, Praça da Capela, Campinas, SP. Assim, para o seu funcionamento há uma taxa de 10% sobre o valor pago ao agricultor para o pagamento dos associados, que são seis pessoas que se organizam através da autogestão, como uma cooperativa de compras que gerenciam o site e o espaço físico da venda dos produtos. Portanto, nessa experiência de economia solidária há o estabelecimento de uma relação direta do agricultor regional com os seus consumidores, através de uma plataforma virtual de associados que recebem como forma de pagamento uma taxa de 10% do que é vendido, além do espaço físico ser concedido de forma gratuita para essas vendas.

Dentro deste contexto, de cooperativas de vendas de produtos orgânicos o Instituto Chão destaca-se por ser uma central de distribuição de alimentos (considerado o maior do Brasil) tudo que é vendido ou servido é repassado diretamente pelo preço da compra, sendo um espaço social coletivo, tendo como prioridade a distribuição de renda e valorização dos produtos de agricultores familiares, assentamentos, cooperativas, comunidades. O Instituto estabelece como finalidade o fortalecimento da cadeia produtiva e assegura a valorização econômica e social dos agricultores, além de ser um espaço físico de venda para a produção dos agricultores que adota práticas de comercialização a partir dos conceitos da economia solidária. Isso se relaciona com o que Schneider (2015) cita “como as feiras livres e economia solidária, que possibilitaram maior abertura para o escoamento da agricultura familiar”. Desta maneira, este modo de gestão permite um maior consumo de alimentos orgânicos em relação ao alimento convencional, demonstrando que é possível baratear esses produtos e torná-los mais acessíveis (tendo um preço justo e apoiando a agricultura familiar).

O Instituto Chão possibilita a criação de uma rede de comercialização e integração para a agricultura familiar, portanto, relaciona com o que Abramovay (2009) denomina de instituições que permitem ações cooperativas capazes de contribuir para o tecido social de certa localidade. Essa rede de comercialização entre agricultores familiares e o Instituto que revende produtos em uma feira constrói lógicas de negociações que beneficiam a ambos, pois, tanto a economia solidária quanto a agroecologia coincidem na necessidade de enfatizar a soberania alimentar dos povos e redução do custo da produção rural

A relação entre o Instituto Chão, que elabora estratégias de comercialização para agricultura familiar, é citada em alguns estudos (ALVEZ, 2016; MIRA, 2018) que analisam o comércio justo de alimentos através de parceria entre agricultores e a associação para o consumo mais consciente. No entanto, não pesquisam as melhorias socioeconômicas que o Instituto gera para os agricultores familiares.

Assim, o presente trabalho tem como objetivo discutir os aspectos da economia solidária, desenvolvimento rural, comércio justo e canais de comercialização em espaços urbanos com base no estudo de caso do Instituto Chão em São Paulo. Além disso, tem como finalidade analisar o funcionamento deste Instituto, sua organização e formas de interação com os agricultores.

O artigo está estruturado em cinco seções além desta introdução. A seção dois apresenta o referencial teórico, de cunho mais conceitual que analisa o Desenvolvimento Rural; Economia Solidária; Canais de Comercialização e Comércio Justo. A seção três apresenta a metodologia e fontes de dados. A seção quatro apresenta os resultados e discussão do trabalho e a seção cinco as conclusões finais do artigo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O DESENVOLVIMENTO RURAL

Como ressalta Mior (2007), a agroindústria familiar é uma forma de organização onde a família rural produz, processa ou transforma parte de sua produção agrícola, visando, sobretudo, a produção de valor de troca que se realiza na comercialização. Portanto, criando um vínculo muito importante do que é produzido com seus fornecedores.

O Desenvolvimento Rural, aplicado a esta forma de organização supramencionada, está associado ao conceito do processo de desenvolvimento que possibilite um maior aumento de produtividade, portanto ampliando sua rede de trocas comerciais e frequentemente como abordam Bagnasco, (2001); Putnam, (2002); Urani, (2004) leva a melhoria da qualidade de vida dos produtores, prevalecendo fortes vínculos de cooperação e confiança nas transações mercantis.

Portanto, o conceito de rural, segundo Abramovay(2000) demonstra que a ruralidade não é uma etapa do desenvolvimento social a ser superada com o avanço do progresso e da urbanização. Ela é e será cada vez mais um valor para as sociedades contemporâneas.

Assim, o “Desenvolvimento Rural é entendido como uma ação previamente articulada que induz mudanças em um determinado ambiente social” (NAVARRO, 2019, p. 3). Nessa perspectiva, o desenvolvimento rural traz alterações para os agentes envolvidos na sua produção e venda, modificando suas relações econômicas, sociais e ambientais.

O desenvolvimento rural é cada vez mais associado à identificação de características territoriais capazes de conformar um objeto de atuação na busca de um processo de transformação da realidade do agricultor que através de comercialização com associações e feiras encontra novos espaços urbanos para a venda de seus produtos. (VEIGA, SCHEJTMAN e BERDEGUÉ, 2003).

O desenvolvimento rural em espaços urbanos por meio de instituições sem fins lucrativos como é o caso do Instituto Chão promove uma estratégia de ações intermunicipais, destinados ao

escoamento de produtos dos agricultores familiar e cooperativo, possibilitando cadeias produtivas com maior diversificação produtiva.

Para Veiga (2010), o desenvolvimento está vinculado ao tipo de vida que as pessoas vivem e o que elas escolhem para fazer, aproveitando as oportunidades que aparecem, com a opção de escolha de possibilidades de compra. E atrelando com que Ramos (2001) descreve como desenvolvimento rural sustentável, a melhoria da qualidade de vida das populações rurais e cuidados com a preservação ambiental.

Com a preocupação de uma agricultura que combina ideias ambientais e sociais, que priorize a sustentabilidade social e ambiental do sistema de produção, e atrelando com a conceituação de desenvolvimento rural, tem-se a agroecologia. Além da importância da produção e diversificação do que é produzida no meio rural, a preocupação com o meio ambiente, saúde humana, preservação do solo e relações trabalhistas mais solidárias faz que a agroecologia seja muito discutida, teorizada e praticada pelos agricultores familiares. Segundo Altieri (2001), a agroecologia é entendida como uma forma de se produzir a partir de um referencial técnico-produtivo caracterizado pela autonomia dos agricultores, ou seja, pela valorização e utilização dos recursos disponíveis no local e técnicas que permitem melhor aproveitamento dos solos, aumento da produção devido aos processos naturais de proteção contra pragas, não utilizando pesticidas e venenos tóxicos.

Portanto, seguindo as premissas destes autores, o desenvolvimento rural parte de um processo sistêmico de crescimento da economia, entretanto, com maior equidade, igualdade e transferência de renda para os envolvidos. Através de ações e propostas que ofereçam oportunidades e autonomia para os agentes sociais.

Sachs (2008) sustenta o argumento 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. Surgindo, assim, formas de reduzir custos e promover economias locais. Muitos trabalhos de Veiga (2010) demonstram que o território mais beneficiado ao processo de inovação via empreendedorismo, seriam aqueles em que as economias locais são capazes de gerar demandas com valor agregado para produtos e serviços.

Bem como o direcionamento das vendas da agricultura familiar através dessas ações com associações e cooperativas que tem como intuito incentivar o agricultor a aumentar a quantidade, diversidade e qualidade dos seus produtos. Além disso, tendo a garantia de renda e trabalho, o que permite uma autonomia e investimentos estruturais nas suas propriedades.

Schejtman e Berdegue (2004) definem o desenvolvimento rural como um processo de transformação produtiva e institucional cujo fim é reduzir a pobreza e a vulnerabilidade dos

agricultores. Ademais, o rural não se trata apenas do âmbito produtivo, abrange também questões sociais, ambientais e vínculos rurais e urbanos.

Portanto, as decisões sobre o desenvolvimento rural implicam mudanças tanto no rural quanto no urbano. No rural, o impacto direto é no nível de renda, a disposição de serviços básicos, como no acesso às políticas públicas. No urbano o impacto é indireto, a falta de desenvolvimento rural pode significar a fragilidade em suprir os centros urbanos de uma boa alimentação.

Nesse sentido, Ploeg (2008) e Wilkinson (2008) apostam na criação de novos espaços que a agricultura familiar possa ocupar. Isto é, espaços não-agrícolas e mercados de qualidade, fugindo da produção de commodities cuja demanda é norteadada pelo menor preço. Estes mercados oferecem possibilidade de venda e promoção social e econômica para pequenos agricultores, antes desfavorecidos para vender seus produtos e obter renda suficiente e aumentar sua diversidade de produção. Por meio de novas interações entre redes de autores distintos criam-se tecnologias sociais que são ações transformadoras desenvolvidas na interação entre populações que agregam soluções para a inclusão social, apresentando novos paradigmas de desenvolvimento.

A relação entre novos atores vem proporcionando amplos debates no desenvolvimento rural, como destacam Niederle e Wesz (2009), nas suas múltiplas formas de produção, diversidade, social, econômica e cultural.

Entre essas formas de interação e produção existem uma ligação entre essas pessoas por meio das relações sociais, que desenvolvem na comunidade, e também nos consumidores, agentes e organizadores urbanos. Isso tem revelado que esses novos postos de trabalho privilegiam a qualidade da vida, preservação ambiental e a valorização do ser humano (PINHEIRO; PAES de PAULA, 2016). Outros trabalhos como de Lunedo (2018) citam que as novas formas de relação entre os atores têm o objetivo de articular representantes de diversos setores locais, integrando forças na identificação dos catalisadores do desenvolvimento regional e no planejamento de uma agenda em comum. Conforme a discussão dos autores Pinheiro (2016) e Lunedo (2018), as redes de atores convergem para mecanismos sociais e econômicos de confiança e cooperação, compartilhando informações e procedimentos que possibilitam um desenvolvimento entre as partes envolvidas.

O desenvolvimento rural, portanto, representa uma ampla relação de raízes culturais, sociais, econômicas e ambientais, e, portanto, tem forte ligação com a agroecologia que trouxe métodos e técnicas que valorizam a produção do pequeno produtor rural, além de fortalecer redes de comercialização em espaços urbanos que possibilitam um maior valor agregado aos seus produtos.

2.2 ECONOMIA SOLIDÁRIA

Segundo Singer (2012) e Brasil (2016), a economia solidária se apresenta sob formas de cooperativas populares, associações de pequenos agricultores, grupos informais e redes de

cooperação, atuando em diversos setores produtivos: agricultura familiar, organização de finanças e comércio justo e solidário.

França (2007) e Cruz (2011) dissertam que por iniciativas de natureza associativa que envolva moradores em determinado território, buscam-se soluções de problemas públicos concretos relacionados às atividades socioeconômicas. O movimento da economia solidária vem crescendo nos últimos 20 anos no Brasil em busca de promover alternativas de inserção de pessoas desfavorecidas no contexto socioeconômico e, como agricultores familiares e associações sem fins lucrativos que tem relações comerciais mais justas e solidárias, dessa forma, promover mudanças sociais.

Essas trocas, geralmente, estão enraizadas, como disserta SABOURIN (2009, p.57): “as prestações e relações econômicas dependem de estruturas de reciprocidade mais ou menos instituídas que, quando são equilibradas e simétricas, dão origem à produção de valores materiais de uso ou de serviços, bem como valores afetivos e éticos”

Nesse contexto, a economia solidária acrescenta uma excelente ferramenta para iniciativas que atuam como intermediárias em promover ações e práticas que levem benefícios e adesão de grupos antes reduzidos a nichos de mercados que limitavam sua renda e investimento autônomo em melhorias estruturais em suas redes de produção. Assim, promovendo uma gestão de empreendimento da economia solidária que trabalha com agricultura familiar, num formato horizontal, ou seja, democrático e com a participação possível de todos os membros e os quais transmitirem suas opiniões, permite favorecer uma economia com mercado em que são valorizados outros princípios e valores mais justos e solidários, cooperativos e justos. Trata-se de procedimentos de autogestão, autonomia e gestão democrática (MANCE, 2005). Sendo assim:

A economia solidária é um conceito amplamente utilizado em vários continentes, com acepções variadas que giram ao redor da ideia de solidariedade, em contraste com o individualismo utilitarista que caracteriza o comportamento econômico predominante nas sociedades de mercado. O termo foi cunhado na década de 1990, quando por iniciativas de cidadãos, produtores e consumidores, despontaram inúmeras atividades econômicas organizadas segundo princípios de cooperação, autonomia e gestão democrática. As expressões da economia solidária multiplicaram-se rapidamente, em diversas formas: coletivos de geração de renda, cantinas populares, cooperativas de produção e comercialização, empresas de trabalhadores, redes e clubes de troca, sistemas de comércio justo e de finanças. (GAIGER, 2015, p.162).

A economia solidária deve ser analisada como um instrumento de desenvolvimento e não estar associada somente às políticas assistenciais. Por isso, é necessária uma participação dos agentes sociais, atuando nas ações e iniciativas dos empreendimentos econômicos solidários.

Vieira (2005) declara que a economia solidária emergiu para preencher vazios econômicos e sociais que a indústria e o sistema econômico vigente produziram. Assim, compreende-se que o incentivo à diversificação da produtividade é importante para o produtor, além de basear sua produção no que tem maior aceitação do consumidor. Além disso, o bom desempenho da cadeia de produção depende da capacidade de oferecer respostas às demandas dos clientes, na qualidade de produtos e serviços, inovação dos produtos, efetividade dos custos, serviços e entregas (RODRIGUES; SANTIN, 2004).

A economia solidária, diante deste contexto, contribui e promove alternativas aos padrões dominantes, buscando possibilidades e atuações compatíveis com práticas tradicionais da agricultura familiar, empreendimentos solidários e aliados aos valores do comércio justo como: transparência; relação de longo prazo; pagamento de preço justo e garantia de recebimento; organização de trabalho democrático e relações de trabalho justas (COELHO, 2015)

2.3 CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO E COMÉRCIO JUSTO

Coelho (2011) define o comércio justo como um movimento social que visa promover formas de desenvolvimento e de consumo sustentável e que melhoraram a qualidade de vida dos pequenos produtores através da atividade comercial.

Nicholls e Opal (2005) compreendem o comércio justo como um mecanismo de regulação do mercado que almeja a melhoria de vida dos pequenos agricultores nos países em desenvolvimento, além de contribuir para uma maior diversidade produtiva.

Complementado os autores supracitados, França (2003) conceitua o comércio ético e solidário no Brasil como uma forma de dar poder aos trabalhadores assalariados, aos produtores e aos agricultores familiares que se encontram em desvantagens no mercado convencional. Assim, pressupõe-se uma remuneração mais justa, respeito à diversidade cultural e histórica e reconhecimento das comunidades tradicionais.

De acordo com uma base bem construída de valores em comum, se ganha uma imagem de cooperação entre as organizações e de seus vínculos comerciais, levando uma aproximação entre produtores e vendedores. Além disso, leva-se em consideração o preço final dos produtos como fator de melhor remuneração aos produtores criando um fator determinante da permanência da atividade rural.

Essa rede de comércio justo que é formada por cooperativas, organizações não governamentais e instituições sem fins lucrativos enfatizam os valores sociais e morais, como a

proteção ambiental, a igualdade de gênero, a equidade social e a valorização social e econômica dos produtores.

Partindo dessa perspectiva, a agricultura pautada em relações de confiança e cultura do apreço que engloba aprendizagens e apoio mútuo e, adentra como contexto de desenvolvimento e canais de comercialização mais justos pela sua diversidade, economia associativa e como estratégia para produtores familiares (CAUMO; STADUTO, 2014).

Segundo Wilkinson (2002), mercados de proximidade podem ser vistos, fundamentalmente, como o prolongamento de relações familiares, ou, diretamente, com consumidores ou com canais de comercialização.

Acessar canais de comercialização por meio de organizações com maior volume pode ser a principal estratégia para a agricultura familiar. “As cooperativas e redes de distribuição de alimentos tem uma dinâmica que distingue da agroindústria privada na medida em que está enraizada nos recursos de uma região específica e sua razão de ser e a valorização dos seus membros” (WILKINSON, 2008, p.39).

Os diversos mercados alternativos da agricultura familiar começam a se expandir e criar consumidores interessados em uma nova abordagem de comercialização mais justa e igualitária. Estes mercados possibilitam a diversificação de culturas e a obtenção de melhoria da renda do produtor que tem uma pequena propriedade e pouco capital para investimento. Além disso, constroem-se pontes de beneficiamento e escoamento desses produtos que passam a ter um local adequado e, assim, ampliam-se as possibilidades de venda e renda.

Os temas de desenvolvimento rural, rede de atores, espaços urbanos, agroecologia, economia solidária e comércio justo se interligam e demonstraram ser essenciais para apresentar suporte teórico para análise dos dados e resposta aos questionamentos a serem esclarecidos pelos objetivos da presente pesquisa que é discutir os aspectos da economia solidária, desenvolvimento rural, comércio justo e canais de comercialização em espaços urbanos com base no estudo de caso do Instituto Chão em São Paulo.

3 METODOLOGIA E FONTE DE DADOS

3.1 ÀREA DE ESTUDO

O Instituto Chão localizado à Rua Harmonia, 123 - Vila Madalena, São Paulo - SP, 05451-000, iniciou-se com três frentes de trabalho: mudas de planta, alimentação e escultura de cerâmica.

3.2 METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS

A primeira etapa do trabalho consiste em uma revisão de literatura, utilizando as bases de dados Scielo, portal de periódicos da Capes e Google Livros, seguindo o critério de informações

recentes e com relevância na área de estudo. Adotaram-se como palavras-chave: Desenvolvimento Rural; Agroecologia; Economia Solidária; Comércio Justo; Canais de Comercialização.

A segunda etapa do trabalho foi realizada a partir da aplicação de dois questionários semiestruturados com os associados do Instituto Chão. Dessa maneira, após cinco visitas ao Instituto Chão e conversando com os associados adotou-se a perspectiva de entrevistar e utilizar dois questionários com os três fundadores da feira livre, considerados informantes chaves, pois os mesmos conhecem o projeto inicial e as mudanças que decorreram nesse período de existência do Instituto. Portanto, o método de estudo de caso foi escolhido, pois é um instrumento relevante para análises contemporâneos, além de permitir estudos de empreendimentos e organizações (YIN, 2001). Sendo assim, os resultados e as discussões desse trabalho são apresentados por meio da análise dos formulários que buscaram caracterizar o funcionamento do Instituto Chão, distribuição e comercialização com os agricultores familiares. Os formulários foram aprovados pelo Comitê de Ética na Pesquisa bem como os termos de Consentimento Livre e Esclarecido.

Para a análise detalhada e mais aprofundada sobre o caso foi utilizado um conjunto em árvore, como base o grafo construído por Oliveira et. al. (2017) que detalhe o Instituto Chão e sua relação com os agricultores familiares. De acordo com Calvacante e Silva (2009), grafos são estruturas muito usadas para representar a existência ou não de relações entre elementos de dado conjunto. Assim, redes de comunicação, fluxos em rede de transporte, mapas geográficos e relações binárias em geral podem ser representadas por grafos. Nesse método de análise, várias questões de interesse podem ser investigadas.

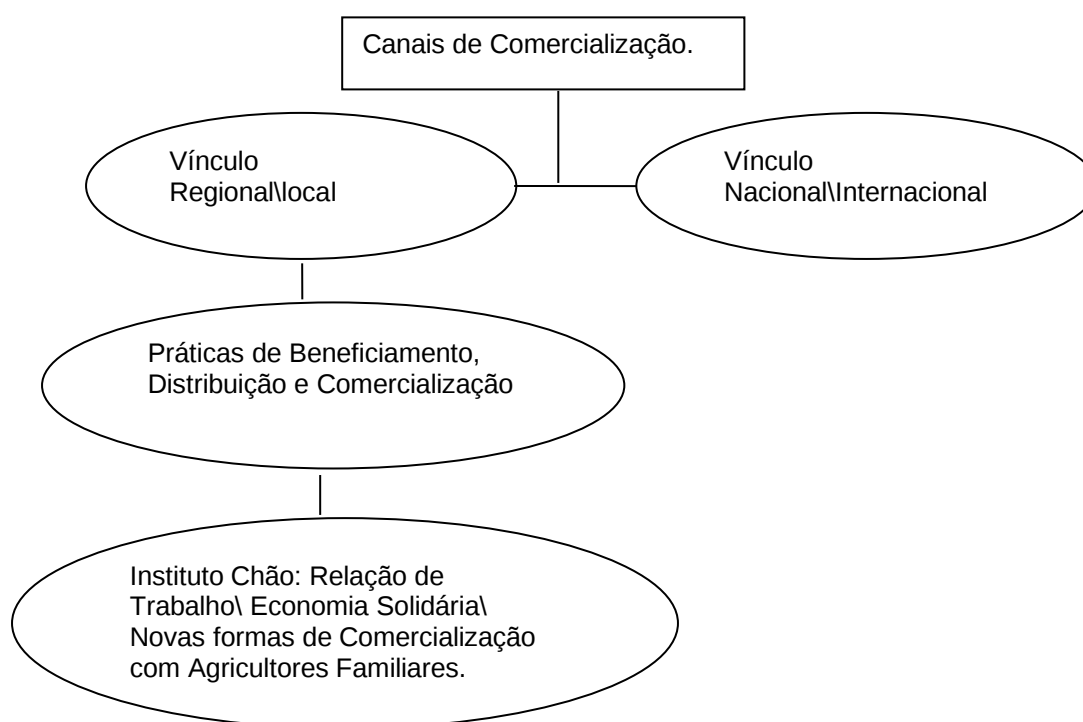
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O principal objetivo do Instituto Chão é a valorização econômica e social dos agricultores. Em sua organização constata-se 23 funcionários (sendo todos polivalentes: trabalhando desde a limpeza até a parte fiscal e financeira). Os produtos são comprados direto do produtor como exemplo as Redes Ecovida. O funcionamento da Rede é horizontal e descentralizado e está baseado na organização das famílias produtoras em grupos informais, associações ou cooperativas. Estas organizações se articulam com associações ou cooperativas de consumidores, ONGs e outras instituições e forma um Núcleo Regional, circunscrito a determinada área geográfica. Cada Núcleo tem uma coordenação com uma tarefa de animação e gestão. A soma dos diferentes núcleos (nos estados do RS, SC e PR) forma a Rede Ecovida de Agroecologia. A Rede também possui uma coordenação composta por representantes dos estados que além da função administrativa, também possui uma função deliberativa. Diariamente é vendida na feira uma tonelada de produtos e mais uma tonelada na mercearia. Deste modo, o debate sobre “o meu comer saudável” preocupa-se com todo

sistema que contamina os alimentos, e a nova postura e escoamento em maior escala dos produtos orgânicos auxilia nessa discussão.

Com o grafo em árvore, que apresenta organização e práticas de beneficiamento, produção e comercialização do Instituto com os agricultores familiares (Figura 1), foi possível desenvolver e compreender como ocorre e desenvolve essa relação entre esses atores. Partiu-se de três modalidades: a) o funcionamento do Instituto Chão; b) as relações de trabalho e a economia solidária; e; c) novas formas de comercialização com os agricultores familiares.

Figura 1. Grafo em árvore com aprofundamento dos estudos em Vínculo Regional, com desmembramento do ramo práticas de beneficiamento, distribuição e comercialização.



Fonte: adaptado de OLIVEIRA (2016)

a) O funcionamento do Instituto Chão tem sua lógica definida a partir de princípios como o de soberania alimentar, na centralidade das pessoas e do fortalecimento da cadeia produtiva, que favoreça os pequenos produtores (ASSOCIADO 1, 2019). Essas parcerias de confiança e cooperação sobre transações comerciais são analisadas em diversos estudos (BAGNASCO, 2001 e WANDERLEY, 2002). Os agricultores são historicamente mal remunerados quando comercializam com grandes varejistas, que trabalham com a padronização de formato e cor de vegetais: qualquer variação se torna um motivo para descarte do produto; o que sobra é de responsabilidade do agricultor buscar e dar conta das perdas. Ademais, estudos de Thies e Conterato (2017) analisam que as

inserções dos agricultores familiares em redes de comercialização mais justa, como cooperativas ou feiras livres levam maior autonomia aos pequenos produtores, diferentemente da relação econômica com os grandes varejistas. Dessa forma, com uma rede de apoio e com uma política de parceria entre o Instituto e os Agricultores, é possível construir maior autonomia, escoamento de produtos e relação comercial mais justa e solidária (Figura 2).

Figura 2: Painel de informação e conscientização dos clientes.



Fonte: Arquivo Pessoal

b) as relações de trabalho e a economia solidária: a interação entre o Instituto Chão e os Agricultores tem como prática central a construção de vínculos de trabalho mais justos, sendo realizadas visitas periódicas nas propriedades para averiguar as condições do emprego, além da observação com as condições socioeconômicas de seus fornecedores (ASSOCIADO 2, 2019). Como pontuam diversos autores (SINGER, 2002; ABRAMOVAY, 2009; CHAYNANOV, 2017), as relações de trabalho corroboram para ações mais diretas e colaborativas, nas quais os trabalhadores participam das decisões em assembleias. A construção de relações horizontais entre o fornecedor e o revendedor, que participa desde o início da feira e insere as frutas e legumes nas prateleiras e caixas, permite maior participação social no funcionamento e na dinâmica da feira, aumenta o contato com os que frequentam, permitindo maior assimilação das relações sociais de confiança e amplia a interação entre os atores da produção, distribuição e comercialização conforme pode ser observado na Figura 3.

Figura 3: Mercearia e espaço de convivência.

Fonte: Arquivo Pessoal

c) novas formas de comercialização com os agricultores familiares: o produto não tem padronização. Se houver algum problema no período da colheita e o produto sofrer variações no formato e cor, o mesmo não é descartado. A produção é realizada através de práticas, redesenho do sistema de produção de forma a não agredir o meio ambiente, e os agricultores plantam diversas frutas e hortaliças, aproveitando o terreno em várias épocas. Contudo, a pesquisa propôs-se até o momento a entrevistar os associados do Instituto Chão que tem contato permanente com os agricultores familiares, que relataram nas suas trocas comerciais os seus procedimentos e métodos de trabalho. Dessa maneira, esse processo causa um aumento significativo e diversificado da produção, sendo que os agricultores familiares não usam venenos, sementes transgênicas e adubos químicos. O produto com procedência e qualidade asseguradas é vendido e repassado para os consumidores. A política de preços exclui o desconto financeiro, que são acordos e regras específicas, como pagamento no prazo ou fidelidade. Os preços cobrados pelos produtos vendidos no Instituto são estabelecidos pelo agricultor. Existe o acompanhamento do que é produzido, e as perdas são negociadas, havendo relações de confiança e prioridade nas compras de assentamentos rurais. (ASSOCIADO 3, 2019). Assim, esse modelo de comercialização gerou grande variabilidade e diversidade dos produtos que usam as técnicas agroecológicas, além de proporcionar rendimento para os agricultores e relações mais equânimes entre fornecedor e revendedor. Sendo assim, o projeto do Instituto tem em sua dinâmica outra forma de interação solidária, havendo transparência de todos os custos operacionais,

que são expostos em quadro colocado no Instituto. Assim, constitui um ambiente mais diverso e plural (Figura 4).

Figura 4: Painel da Previsão de Custos Mensais.



Fonte: Arquivo Pessoal

A diversidade produtiva define-se pela prática de cultivo das sementes crioulas que geralmente são produzidas por indígenas, quilombolas e agricultores familiares. Essas variedades estão ameaçadas pelo crescimento em larga escala dos latifundiários que usam sementes transgênicas, como exemplo, soja e milho. De acordo com o depoimento do ASSOCIADO 3 (2019), constata-se uma grande variedade de horticultura nas produções devido à conscientização dos agricultores familiares pela introdução de práticas agroecológicas no cultivo, que amplia, no seu território, a plantação de uma grande variedade de legumes, frutas e verduras. Assim, a feira gera um espaço vital para o escoamento dessa produção, além de permitir uma reconexão do rural ao urbano, e ainda contribuir para melhorias socioeconômicas dos agricultores. Portanto, o agricultor familiar realiza o cultivo de uma grande diversidade produtiva e não fica restrito apenas a um único plantio (Figura 5).

Figura 5: Espaço de venda dos produtos orgânicos do Instituto Chão.

Fonte: Arquivo Pessoal

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pelo presente trabalho é possível verificar que a rede de comercialização entre o Instituto Chão e os agricultores familiares contribui para o fortalecimento da própria cadeia produtiva. O produto comprado dos agricultores e revendido pelo Instituto na feira é negociado com a retirada dos descontos. Além disso, os preços são estipulados pelos produtores permitindo que os fornecedores possam adentrar no mercado, antes restrito às exigências dos grandes varejistas. Esse comércio também estimula ações apropriadas para a pequena produção familiar, desenvolve métodos que respeita o meio ambiente e as relações de trabalho mais solidárias. Portanto, contribui para que os agricultores que sobrevivem da agricultura possam ter renda para investir na propriedade.

Deste modo, o trabalho compreende-se como uma importante ação empreendedora através de uma feira que proporciona aos agricultores familiares a venda dos seus produtos. Sendo assim, o Instituto Chão descreve-se como um local que fortalece a agricultura familiar, devido à prioridade de compra de produtos do MST (exemplo: Arroz), e nas suas relações comerciais com os agricultores utilizando os princípios da Economia Solidária. Desta forma, os agricultores familiares apresentam práticas de beneficiamento, fortalecimento da cadeia produtiva e relações de trabalho mais justas e equânimes. Com isso, a relação entre agricultores familiares e o Instituto é percebida pelas interações com a prática de comércio justo, além de valorização do produto rural, geração de renda para o

agricultor e possibilidade de investimento na sua propriedade, que o possibilite ter autonomia e ampliação do que será cultivado.

Ademais, o trabalho permite novas indagações sobre o tema, pois são relações comerciais ainda em construção e experimentação. Assim, o instituto é uma associação que sobrevive de doações, não estipula preços dos produtos, não aplica descontos financeiros, permite relações de confiança e geração de renda para os agricultores. Os limites da pesquisa se aplicam a quantidade de entrevistados e ao propósito da temática atual, que são as informações dos associados que trabalham no Instituto. Assim, o presente trabalho estimula futuros estudos por meio de entrevistas com os agricultores familiares, abordando a questão da melhoria da renda, a qualidade do ambiente, qualidade do trabalho, das relações sociais e do alimento em si.

AGRADECIMENTOS

Instituto Chão

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes)

E ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTIERI, M. A agroecologia, agricultura camponesa e soberania alimentar. Revista Nera.(16): 22-32, 2010.

ALTIERI, M. A. Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável. 3a ed. Porto Alegre: Ed. UFRGS; 2001.

ABRAMOVAY, R. Paradigmas do capitalismo agrário em questão. São Paulo: Hucitec, 1992.

ABRAMOVAY, Ricardo. Do setor ao território: funções e medidas da ruralidade no desenvolvimento contemporâneo. Rio de Janeiro. Texto para Discussão do IPEA, nº702, 2000

ABRAMOVAY, R. O futuro das regiões rurais. 2. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

ALVES, M, O. Instituto Chão: Modelo de Negócio Sustentável e Percepção do Consumidor. 16º Congresso Nacional de Iniciação Científica. ConicSemesp, 2016.

ASSOCIADO. Entrevista 1 [maio.2019]. Entrevistador: Eduardo Figueiredo. São Paulo, 2019. 1 arquivo. Mp3 (60 minutos)

BAGNASCO, Arnaldo. A teoria do desenvolvimento e o caso italiano. In ARBIX, Glauco; ZILBOVICIUS, Mauro e ABRAMOVAY, Ricardo (Orgs.). Razões e ficções do desenvolvimento. São Paulo: Editora UNESP; Edusp, 2001. 374 p.

BERDEGUÉ, J. A., FUENTEALBA, R. Latin America: *The state of smallholders in agriculture*. Paper presented at the IFAD Conference on New Directions for Smallholder Agriculture. Roma-Itália. 24-25 de janeiro, 2011.

BRUNORI, G; ROSSI, A; MALANDRIN, V. *Co-producing Transition: Innovation Processes in Farms Adhering to Solidarity-base Purchase Groups (GAS) in Toscana, Italy*. International Journal of Sociology of Agriculture and Food, Cardiff, p.28-53, 2010.

CHAYANOV, A. A teoria das cooperativas camponesas. Revisão e Tradução de Regina Vargas. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

CAPORAL, F. R; COSTABEBER, J. A. Segurança alimentar e agricultura sustentável: uma perspectiva agroecológica. Revista Brasileira de Agroecologia, v.1, n.1, p.87-90, 2009.

CARPENTER, O. RIECHMANN, J. *Pensar latransición: enseñanzas y estrategias económico-ecológicas*. SEMIMONOGRÁFICO. PENSAR LA TRANSICIÓN(I), 2013

CAUMO, A. J.; STADUTO, J. A. R. Produção orgânica: uma alternativa na agricultura familiar. Revista Capital Científico – Eletrônica (RCCe), v. 12, n. 2, abr./jun. 2014. Disponível em: <<http://revistas.unicentro.br/index.php/capitalcientifico/article/view/2346/2200>>. Acesso em: 12\02\2019

CAVALCANTE, Fabiana Nascimento Santos; SILVA, Domingos Severino. Grafos e suas Aplicações. TCC apresentado ao Centro Universitário Adventista de São Paulo, campus São Paulo, 2009.

COELHO, Sandra Lima (2011), “O Comércio Justo como forma de consumo responsável”, in Hernâni Veloso e Sandra Lima Coelho (org.), *Novas dimensões do consumo na sociedade contemporânea*, Porto, Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, pp. 99-111.

COELHO, Sandra Lima. Justice in business and the moral choices of consumption: the case of Fair Trade consumers. *Sociologia*, Porto, n. tematico5, p. 15-40, Dec. 2015. Available from <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0872-34192015000200003&lng=en&nrm=iso>. access on 18 Dec. 2019.

FRANÇA, Cassio Luiz de. (Org.). *Comércio ético e solidário no Brasil*. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert / ILDES, 2007. 144 p.

GAIGER, L. A racionalidade dos formatos produtivos autogestionários. *Revista Sociedade e Estado*. 21(2) 513-544, 2006.

GAIGER, L. I. A economia solidária na contramarcha da pobreza. *Revista Sociologia Problemas e Práticas*. N. 79, PP. 43-63, Lisboa, 2015

GLIESSMAN, S.R. *Agroecologia: processos ecológicos em agricultura sustentável*. Porto Alegre: Editora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul; 653 p. 2007.

LUNEDO, Andrea Carla Bordignon, Piccini, Ruberlan Bilha Alex de Souza, Alexandre Carvalho, Carlos Eduardo Santos Junior, Silvio, *A Rede de Formação como um para Alternative o Desenvolvimento Regional*. *Desenvolvimento em Questão* [online] 2018, 16 (Outubro-Dezembro): [Acessado em: 28 de fevereiro de 2019]

MANCE, E. A. *Redes de colaboração solidária: aspectos econômicos- -filosóficos (complexidade e libertação)*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

MIDORI, C. *Compras coletivas e a Construção de Novas Relações entre Consumidores e Produtores: a Experiência do Grupo Trocas Verdes, Campinas-SP*. *Revista Brasileira de Agroecologia*. V.4, nº2, 2009.

MIOR, L. C. Agricultura familiar, agroindústria e desenvolvimento territorial. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE DESENVOLVIMENTO RURAL SUSTENTÁVEL, Florianópolis, 2007. anais. Disponível em: http://www.cidts.ufsc.br/articles/Artrigo_Coloquio_%20-_Mior.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2008.

MIRA, P. M.; IUNES, C. S.; RAMOS FILHO, L. O.; NEVES, M. C.; QUEIROGA, J. L. de. Consumo responsável e economia solidária como estratégia de comercialização para agricultura familiar. Cadernos de Agroecologia, v. 13, n. 2, dez. 2018. Edição dos Anais do 3º Seminário de Agroecologia da América do Sul

NAVARRO, Zander. Desenvolvimento rural no Brasil: os limites do passado e os caminhos do futuro. Estud. av., São Paulo, v. 15, n. 43, p. 83-100, Dec. 2001. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-401420010003000009&lng=en&nrm=iso>. accesson 09 Aug. 2019.

NIEDERLE, P. A.; WESZ JUNIOR, V. J. A agroindústria familiar na região das Missões: construção de autonomia e diversificação dos meios de vida. In: CONGRESSO DA SOBER, 47., 2009, Porto Alegre. Anais do 47º Congresso da SOBER. Porto Alegre: SOBER, 2009. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/13/49.pdf>>. Acesso em: 28 fevereiro de 2019

NICHOLLS, Alex; OPAL, Charlotte, *Fair Trade: Market-Driven Ethical Consumption*, London, Sage Publications.2005

OLIVEIRA, L. P. de; NEVES, M. C.; RAMOS FILHO, L. O.; ROQUE, A. de A.; RAMOS, M. S. T. A. S.; QUEIROGA, J. L. de. Canais de comercialização da produção de um assentamento rural em transição agroecológica. In: JORNADA DE ESTUDOS EM ASSENTAMENTOS RURAIS, 8., 2017, Campinas. Anais... Campinas: FEAGRI/Unicamp, 2017.

PETERSEN, P. Editorial. Revista Agriculturas, v.10, p.1, 2013.

PINHEIRO, D. C.; PAES DE PAULA, A. P. Autogestão e práticas organizacionais transformadoras: contribuições a partir de um caso empírico. Desenvolvimento em Questão, v. 14, n. 33, p. 233-266, 2016.

PLOEG, J. D. *El proceso de trabajo agrícola y lamerchantilización*. In: GUZMAN, E. S. (Ed.). *Ecologia, campesinato y historia*. Madrid: LasEdiciones de La Piqueta, 1992.

PLOEG, Jan Van Der. Trajetórias do desenvolvimento rural: pesquisa comparativa internacional. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 13, no 27, mai./ago. 2011, p. 114-140.

THIES, V., & CONTERATO, M. Agricultura familiar e autonomia: a construção social e política de mercados no noroeste gaúcho. *DRd - Desenvolvimento Regional Em Debate*, 7(1), 51-74, 2017.

TROCAS VERDES. Grupos de Consumo Organizado de Barão Geraldo, Campinas- SP, c2019. Página inicial. Disponível em: www.trocasverdes.org/blog/. Acesso em: 20 de novembro de 2019.

PUTNAM, Robert. *Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna*. 5 ed. São Paulo: FGV Editora, 2002. 260 p

RAMOS, Pedro. Propriedade, estrutura fundiária e desenvolvimento (rural). V.15, N.43, São Paulo. 2001.

RETING, H; MARSDEN, T. K; BANKS, J. *Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development*. In: *Environment And Planning*. Londres, 2003. p. 393-411.

RODRIGUES, D, A. Os novos investimentos no Brasil- Aspectos setoriais e regionais.- *Revista do BNDES*, nº9, 2004.

ROSEMEYER, M. *The conversion to sustainable agriculture: principles, processes, and practices*. Boca Raton: CRC; London: Taylor & Francis, 310 p, 2010.

SACHS, Ignacy. *Desenvolvimento Incluyente, Sustentável Sustentado*. Rio de Janeiro. Garamond. 2008.

SABORIN, E. *Camponeses do Brasil: entre a troca mercantil e a reciprocidade*. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SANTOS, F, P, MARTINS, L, C. Agroecologia, consumo sustentável e aprendizado coletivo no Brasil. Educação e Pesquisa, São Paulo, v.38, n.2, p. 469-483, abril-jun, 2012.

SCHEJTMAN, Alexander y BERDEGUÉ, Julio A. *Desarrollo territorial rural. Centro Latino Americano para o Desarrollo Rural*, 2004, 54 p. (Caderno Debates y Temas Rurales n. 1).

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

SINGER, P. Introdução a economia solidária. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2002.

SINGER, P. Introdução á Economia Solidária. 5 ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2012

SOUZA, P. F. Economia solidária: outro caminho é possível? Revista de Desenvolvimento Regional – Faccat –Taquara\RS, v.15, n.1, jan\junh. 2018

SOUZA, M. S. Desafios Da Construção De Mercados De Orgânicos Frente Às Transformações Do Varejo Alimentar: Reflexões A Partir Da Sociologia Econômica. Em. 46th Congress, July 20-23, 2008, Rio Branco, Acre, Brasil. Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER), 2008.

STAR, A. *Local Food: A Social Movement?*Cultural Studies Critical Methodologies, v.10, n.6, p.479-490, 2010.

URANI, André. Construção de mercados e combate à desigualdade. In Reformas no Brasil: balanço e agenda. GIAMBIAGI, Fabio; REIS, José G.; URANI, André (Orgs.) Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2004. p. 505-526.

VERONESE, M. V. Subjetividade, Trabalho e Economia Solidária. Revista Crítica de Ciências Sociais, 84, 153-167. 2009.

VEIGA, José Eli. Desenvolvimento Sustentável. O Desafio do Século XXI. Rio de Janeiro: Garamond. 2010.

VIEIRA, F. M. Coerência e Aderência da Economia Solidária. Tese (Doutorado), Universidade de São Paulo, Departamento de Economia, São Paulo, 2005

WANDERLEY, Fernanda. Avanços e desafios da Nova Sociologia Econômica: notas sobre os estudos sociológicos do mercado. *Sociedade e Estado*, Brasília (DF), v. 17, n. 1, p. 15-38, 2002.

WILKINSON, John. Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar. Porto Alegre, RS: Editora da UFRGS, 2008. 213 p.

WILKINSON, J. Sociologia econômica, a teoria das convenções e o fortalecimento dos mercados. *Ensaio FEE*, Porto Alegre, v.23, n.2, 2002. Disponível em: <http://revistas.fee.tche.br/index.php/ensaios/article/viewFile/2042/2424>. Acesso em: 10 dez. 2018.

WILKINSON, J. Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar. Porto Alegre: UFRGS, 2010.

YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos/ Robert K. Yin; trad. Daniel Grassi – 2.ed. – Porto Alegre: Bookman, 2001.