

Publicações



Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semi-árido de Minas Gerais

RIBEIRO, Eduardo Magalhães (Org.). Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil;

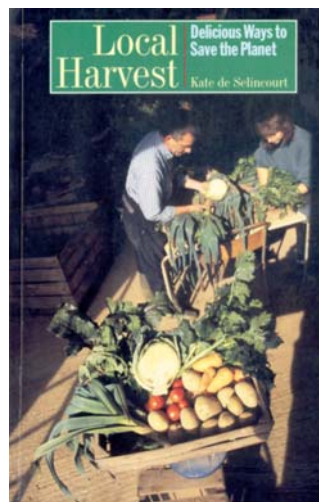
Universidade Federal de Lavras, 2007. (Coleção BNB Projetos Sociais, n.1)

O livro traz resultados de pesquisas sobre feiras livres do Jequitinhonha situando-as como espaços essenciais para a reprodução sociocultural e econômica da agricultura familiar da região. Após a descrição do ambiente sociocultural em que as unidades agrícolas de base familiar se inserem, são apresentados estudos a partir de variadas perspectivas que suscitam reflexões importantes para subsidiar a elaboração de programas públicos orientados para o fortalecimento do papel e do lugar das feiras livres nas estratégias para o desenvolvimento rural.

Mercados e reprodução social: um estudo comparativo entre agricultores ecologistas e não-ecologistas de Ipê - RS

OLIVEIRA, Daniela. Porto Alegre: UFRGS/PGDR, 2007.

Dissertação de mestrado que teve como objeto de análise as estratégias de reprodução social de famílias agricultoras do município de Ipê (RS), procurando evidenciar distinções significativas entre famílias de produtores ecologistas e não-ecologistas. A proposta central do estudo foi avaliar em que medida a perspectiva agroecológica vem se apresentando como alternativa concreta para que famílias agricultoras atualizem suas estratégias de



Local harvest: Delicious ways to save the Planet

DE SELINCOURT, Kate. London: Lawrence & Wishart, 1997.

Com base na realidade da Inglaterra, a autora examina criticamente o desenvolvi-

mento do sistema agroalimentar nas últimas décadas, colocando em realce os contrastes entre os sistemas locais de produção e consumo alimentar e os mecanismos de abastecimento dominados pelos grandes conglomerados agroindustriais e de venda ao varejo. Argumenta que o aumento da consciência ecológica e social dos consumidores é fundamental para que a *cultura dos supermercados* seja questionada de forma que a produção alimentar local seja revalorizada promovendo efeitos em cadeia positivos que beneficiariam as economias rurais, o meio ambiente e a saúde humana.



reprodução social no contexto da crescente mercantilização da produção agrícola provocada pela modernização tecnológica e pela liberalização dos mercados a partir dos anos 1990. Entre outras conclusões importantes, a autora destaca a construção de novas formas de acesso das famílias de agricultores ecologistas aos mercados, sejam aqueles de insumos produtivos ou de produtos. O trabalho foi desenvolvido com base em um referencial teórico inovador que possibilita analisar a inserção nos mercados pela agricultura familiar a partir de um enfoque que propicia o diálogo entre a perspectiva agroecológica de gestão produtiva dos agroecossistemas e as estratégias camponesas de reprodução social.

Agroecologia e acesso a mercados: três experiências na agricultura familiar da região Nordeste do Brasil

BLOCH, Didier. Recife: Oxfam, 2008.

O texto traz uma análise crítica de três experiências de comercialização da produção agroecológica desenvolvidas por organizações econômicas da agricultura familiar assessoradas por ONGs do Nordeste do Brasil. A primeira aborda a comercialização de algodão agroecológico no mercado justo conduzida pela Associação de Desenvolvimento Educacional e Cultural (Adec), de Tauá (CE), e assessorada pelo Esplar – Centro de Pesquisa e Assessoria. A segunda orienta-se para o abastecimento de feiras locais e mercados institu-

cionais, sendo promovida pela Associação dos Agricultores Agroecológicos Oeste Verde (AAOEV), no sertão do Rio Grande do Norte, e assessorada pela ONG Diaconia. A última experiência enfoca a produção e a venda de óleo da palmeira babaçu pela Cooperativa dos Pequenos Produtores Agroextrativistas de Lago do Junco (COPPALJ), que conta com o apoio da Associação em Áreas de Assentamento no Estado do Maranhão (Assema). As três iniciativas oferecem um panorama sobre diferentes estratégias de acesso aos mercados empregadas por organizações da agricultura familiar engajadas na promoção da Agroecologia. Além disso, o autor apresenta um conjunto de questões e proposições com o intuito de fomentar debates relacionados ao desafio de aprimorar, irradiar e consolidar iniciativas similares.

Agroecologia em Rede

Comercialização de verduras: a experiência de seu Guimarães

<http://www.agroecologiaemrede.org.br/experiencias.php?experiencia=384>

Quando se mudou para o sítio Oiti, em Lagoa Seca (PB), seu João Teixeira Guimarães utilizava muito veneno e plantava campos inteiros de uma verdura só. Foi durante a seca de 1998-1999 que descobriu a necessidade e sua vocação para plantar verduras sem veneno. Apoiado pelo Sindicato de Trabalhadores Rurais (STR) de Lagoa Seca, seu Guimarães mudou também a forma de vender sua produção. Elaborou e distribuiu uma carta ao consumidor em que apontava as vantagens de se consumir alimentos ecológicos. Logo essa carta chegou a um restaurante vegetariano, seu primeiro comprador e o principal divulgador de sua proposta. Sua segunda estratégia de venda foi a distribuição de cestas de alimentos diretamente aos con-

sumidores. No começo, vendia ainda com certo prejuízo, mas confiava na qualidade dos produtos, na aplicação de preços justos e na divulgação boca-a-boca de seu serviço. Para organizar a venda, elaborou uma comanda para marcar as quantidades e variedades de produtos que cada freguês deseja. Assim, todas as manhãs, ele retira dos canteiros somente o que vai ser vendido, separa em sacolas e distribui até as 9:30h da manhã. Faz ainda anotações diárias em um caderno para ter controle semanal das vendas, procurando identificar quais os produtos mais procurados e quais as deficiências e os acertos de seu negócio. É também a partir dessas anotações que faz o pagamento do pessoal que colabora em sua horta.