



FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO
GROSSO DO SUL/CÂMPUS DO PANTANAL
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO
MESTRADO EM ESTUDOS FRONTEIRIÇOS



IANNA LOUISE ARAÚJO CHAGAS

**OS RESTAURANTES COMO OPORTUNIDADES DE COMPRAS DA
AGRICULTURA FAMILIAR DE CORUMBÁ/MS**

**CORUMBÁ/MS
2021**

Ianna Louise Araújo Chagas

**OS RESTAURANTES COMO OPORTUNIDADES DE COMPRAS DA
AGRICULTURA FAMILIAR DE CORUMBÁ/MS**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação Mestrado em Estudos Fronteiriços da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus do Pantanal, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre.

Linha de Pesquisa: Desenvolvimento, ordenamento territorial e meio ambiente

Orientador: Dr. Edgar Aparecido da Costa

**Corumbá/MS
2021**

IANNA LOUISE ARAÚJO CHAGAS

**OS RESTAURANTES COMO OPORTUNIDADES DE COMPRAS DA
AGRICULTURA FAMILIAR DE CORUMBÁ/MS**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação Mestrado em Estudos Fronteiriços da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus do Pantanal, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre. Aprovado em --/--/2021, com Conceito _____.

BANCA EXAMINADORA

Orientador

Dr. Edgar Aparecido da Costa

(Universidade Federal do Mato Grosso do Sul/CPGEF)

1ª Avaliadora

Profª. Drª. Mara Aline dos Santos Ribeiro

(Universidade Federal de Mato Grosso do Sul/CPGEF)

2º Avaliador

Drª. Dirce Sizuko Soken

(Universidade Federal de Mato Grosso do Sul)

Suplente

Drª. Beatriz Lima de Paula Silva

(Universidade Federal de Mato Grosso do Sul/CPGEF)

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por sempre estar me amparando e sempre me proporcionando oportunidades únicas de conhecimento e crescimento pessoal e profissional.

Ao meu marido Hildenir e a minha filha Clara pela eterna paciência, apoio e amor incondicional, sabendo sempre me esperar, me acalmar e dar-me força nos momentos difíceis onde a criatividade pareceu me abandonar e a força de vontade esvaiu-se pelas minhas mãos bem diante dos meus olhos. Por acreditar em mim quando eu já não acreditava mais.

Ao meu querido professor, orientador e amigo Edgar que sempre foi atencioso, dedicando seu tempo precioso para me ouvir, tirar minhas dúvidas, me orientar. Meu muito obrigada por dividir comigo seu conhecimento, por não perder a fé em mim e sempre acreditar no meu potencial.

As professoras Mara Aline e Dirce Soken pelas contribuições pertinentes, pela gentileza e por fazerem parte de um momento tão especial e importante da minha vida.

A toda equipe da UFMS, que direta ou indiretamente contribuíram com a minha formação.

Grata a todos que caminharam comigo no Mestrado de Estudos Fronteiriços.

RESUMO

A cidade de Corumbá, localizada na fronteira Brasil-Bolívia, encontra-se bem servida de restaurantes, tendo uma variedade de sabores e etnias. Atrelado a uma população em crescimento, semiconurbada com as cidades Puerto Quijarro, Puerto Suárez e Ladário, e da distância dos maiores centros urbanos, ela precisa estar bem abastecida de produtos alimentícios. Estes são facilmente encontrados nos supermercados, feiras livres, sacolões, hortas urbanas e assentamentos rurais dando aos restaurantes uma gama de opções na hora da aquisição das hortaliças. A produção da agricultura familiar oriunda dos assentamentos rurais é abundante e indispensável para o abastecimento local configurando uma excelente alternativa de compras de produtos agrícolas pelos restaurantes locais, além de fortalecer agricultura familiar, manter empregos, garantir segurança alimentar e impulsionar a economia local. Assim, esta dissertação tem o objetivo geral de compreender a logística de compras de produtos hortícolas realizados pelos restaurantes em Corumbá, num contexto de fronteira. Especificamente se busca identificar os produtos hortícolas e sua forma de aquisição pelos restaurantes da cidade de Corumbá, bem como a importância dada aos produtos orgânicos; e discutir a logística de compra dos produtos hortícolas pelos restaurantes com vistas a pensar uma proposta de atendimento pelos assentamentos rurais de Corumbá. A partir de uma abordagem aplicada, descritiva e qualitativa foi utilizada a estratégia de pesquisa de levantamento através de fontes bibliográficas (livros, artigos, dissertações e jornais), roteiros de entrevistas e conversas informais. A escolha dos restaurantes se deu pela consulta de informações junto à Associação Comercial de Corumbá. A coleta de dados se dá através da aplicação de roteiros. A análise dos dados ocorre pela técnica de análise de conteúdo a partir das falas dos agentes territoriais para estruturação da proposta de uma cesta semanal de produtos da agricultura familiar. Partindo dos dados obtidos é possível dizer que a escolha do local de compra se dá em razão do melhor preço, que ainda há um grande desconhecimento sobre os benefícios e a importância dos produtos orgânicos/agroecológicos e os restaurantes têm interesse de comprar dos agricultores familiares locais. Diante do exposto os restaurantes podem, sim, se tornar um canal de comercialização. Resta aos agricultores familiares perceberem essa oportunidade e organizarem seus plantios para não perder essa oportunidade.

Palavras-chave: Fronteira, desenvolvimento rural, territorialidade.

ABSTRACT

The city of Corumbá, located on the Brazil-Bolivia border, is well served by restaurants, with a variety of flavors and ethnicities. Linked to an ever-increasing population, semi conurbated with the cities of Puerto Quijarro, Puerto Suarez and Ladário, and the distance from major urban centers, it always needs to be well supplied with food products. These are easily found in supermarkets, open markets, grocery stores, urban gardens and rural settlements, giving restaurants a range of options when purchasing vegetables. However, the production of family agriculture from rural settlements is abundant and indispensable for local supply, configuring an excellent alternative for the purchase of agricultural products by local restaurants, in addition to strengthening family agriculture, maintaining jobs, guaranteeing food security and boosting the local economy. Thus, this dissertation has the general objective of understanding the logistics of purchases of vegetables made by restaurants in Corumbá, in a border context. Specifically, searched identifying vegetables and their form of acquisition by restaurants in the city of Corumbá, as well as the importance given to organic products; and discuss the logistics of purchasing vegetables by restaurants with a view to devising a service proposal for rural settlements in Corumbá. From an applied, descriptive and qualitative approach, the survey research strategy was used through bibliographical sources (books, articles, dissertations and newspapers), interview scripts and informal conversations. The choice of restaurants was made by consulting information with the Commercial Association of Corumbá. Data collection took place through the application of scripts. Data analysis was based on the content analysis technique based on the speeches of territorial agents for structuring the proposal of a weekly basket of family farming products. Based on the data obtained, it is possible to say that the choice of the place of purchase is due to the best price, that there is still a great lack of knowledge about the benefits and importance of organic/agroecological products and that restaurants are interested in buying from local family farmers. Given the above, restaurants can indeed become a marketing channel. It remains for family farmers to realize this opportunity and organize their plantations so as not to miss this opportunity.

Key words: Border, rural development, territoriality.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Localização do Município de Corumbá	22
Figura 2 - Limite internacional Brasil-Bolívia	22
Figura 3 - Posto Esdras, Corumbá/MS, fronteira Brasil-Bolívia	24
Figura 4 - Localização das feiras livres nas cidades de Corumbá e Ladário	28
Figura 5 – Localização dos supermercados e atacarejos em Corumbá/MS, 2020	34
Figura 6 - Hortas Urbanas de Corumbá - Cacimba	39
Figura 7 - Hortas Urbanas de Corumbá - Quilombola	40
Figura 8 - Hortas Urbanas de Corumbá – Paiaguás	40
Figura 9 - Horta urbana em Puerto Suárez.	41
Figura 10 - Localização dos assentamentos rurais de Corumbá/MS e Ladário/MS	43
Figura 11 - Calendário Agrícola para Corumbá e Ladário-MS	63

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 -	Classificação de lojas do setor supermercadista	31
Quadro 2 -	Localização das Hortas Urbanas	39
Quadro 3 -	Assentamentos de reforma agrária nos municípios de Corumbá e Ladário - MS	44
Quadro 4 -	Estimativa de quantidade por dia e frequência de compra	50

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Locais de compras das hortaliças pelos restaurantes de Corumbá, 2020.	49
Gráfico 2 - Caracterização do interesse de compra dos representantes dos restaurantes de Corumbá	51

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AF- Agricultura Familiar

AGRAER - Agência de Desenvolvimento Agrário e Extensão Rural de Mato Grosso do Sul

APRAC - Associação dos Produtores dos Assentamentos de Corumbá

CMDRS - Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável

CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

NEAP - Núcleo de Estudos em Agroecologia e Produção Orgânica do Pantanal

PAA - Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar

PNAE - Programa Nacional de Alimentação Escolar

PRONAF - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

SAN - Segurança Alimentar e Nutricional

SEAF - Secretaria Especial de Agricultura Familiar de Corumbá

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAR - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

SISAN - Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional

UFMS - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Objetivo Geral	14
1.2 Objetivos Específicos	14
1.3 Metodologia	14
1.3.1 Delineamento	14
1.3.2 Procedimentos	15
1.3.3 Análise dos dados	16
2 O CONTEXTO TERRITORIAL DE LOCALIZAÇÃO DOS RESTAURANTES DE CORUMBÁ	17
2.1 Noção de fronteira	17
2.2 Localização da área de estudo	20
3. OS AGENTES TERRITORIAIS DE OFERTA DE HORTALIÇAS EM CORUMBÁ	25
3.1 As feiras livres e os bolivianos atravessadores	26
3.2 Os supermercados	29
3.3 Os sacolões	34
3.4 As hortas urbanas	35
3.5 A agricultura familiar dos assentamentos rurais	41
4. LOGÍSTICA DE COMPRAS DE HORTALIÇAS PELOS RESTAURANTES DE CORUMBÁ E AS CAPACIDADES DE OFERTA DA AGRICULTURA FAMILIAR	47
4.1 As hortaliças adquiridas pelos restaurantes, origem e logística	47
4.2 A visão das instituições de pesquisa e extensão rural sobre a capacidade de oferta de hortaliças pelos assentamentos rurais	52
4.3 A visão das associações de produtores rurais dos assentamentos	53
4.4 O diferencial da produção de hortaliças: Agricultura convencional X agroecologia	55
4.5 Restaurantes e as possibilidades de compras de produtos da agricultura familiar de Corumbá	60

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	65
REFERÊNCIAS	67
APÊNDICE A – Entrevista com representantes dos restaurantes	78
APÊNDICE B - Entrevista com representantes da AGRAER e da Prefeitura Municipal	79
APÊNDICE C - Entrevista com os representantes das associações	80

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa tem como temática a logística de abastecimento de hortaliças pelos restaurantes da cidade de Corumbá, na fronteira do Brasil com a Bolívia. O interesse pelo assunto surgiu a partir de trabalhos realizados com os assentamentos rurais do município de Corumbá e através de conversas informais com donos de restaurantes. Ouvir os relatos sobre suas buscas por abastecimento aguçou a curiosidade em saber mais sobre as relações comerciais estabelecidas no setor.

Estudar os espaços de fronteira, nos quais são produzidas e reproduzidas diversas complexidades inerentes às questões nacionais, internacionais e locais, é um desafio. Neles, por vezes, comportam variadas convivências de grupos de imigrantes, impulsionados por diferentes motivos, em momentos históricos particulares, com interesses também heterogêneos. Significa tentar compreender as suas relações com a política, com a geografia e principalmente com os movimentos da sociedade.

Entender a dinâmica de uma fronteira não é algo simples, pois ela é uma área de importância geográfica estratégica. Nela há a inter-relação entre três dimensões: território, normas e os limites que traçam os contornos de um grupo, onde coexistem diversos tipos de relações, que se revelam como desafios e oportunidades para as políticas públicas (OLIVEIRA, 2005).

A pesquisa buscou articular os conceitos abordados para o entendimento das relações estabelecidas pelos donos e gerentes de restaurantes de Corumbá no seu contexto de atuação. Corumbá é o maior município do Estado de Mato Grosso do Sul em extensão territorial e o segundo do Brasil. Ocupa 60% da área do Pantanal Sul-mato-grossense. Estende-se pela região noroeste do Estado fazendo parte da fronteira do Brasil com a Bolívia e o Paraguai.

A cidade de Corumbá está situada a 435 km de Campo Grande, capital do estado, na região Oeste do Estado, as margens do Rio Paraguai, fazendo divisa com as cidades bolivianas Puerto Quijarro e Puerto Suárez e com Ladário, pelo lado brasileiro.

A fronteira é, muitas vezes, tratada como um problema, mas nem sempre é. A proximidade dos fronteiriços pode ser vista como uma oportunidade de compra de diversos produtos hortícolas para restaurantes da cidade de Corumbá, facilitando e ampliando a concorrência.

A relação desta pesquisa com a temática fronteira reside no fato de que o tratamento do comércio entre restaurantes brasileiros e as suas diversas possibilidades de compras só se

faz a partir de uma leitura territorial. Essa leitura implica na abordagem dos agentes territoriais produtores e comerciantes de hortaliças nesse contexto, dentre eles estão os feirantes bolivianos, as empresas varejistas e supermercados, além dos agricultores familiares dos assentamentos rurais. Cada um desses será brevemente abordado, em seguida.

Algumas vezes, as feiras realizadas pelos bolivianos se apresentam como uma saída aos preços abusivos dos mercados formais e a “falta” de produtos da agricultura familiar local. São opções de oferta aos restaurantes da cidade. O que interessa saber é se a produção e venda da agricultura familiar corumbaense está sendo bem aproveitada pelos restaurantes da cidade de Corumbá. Indaga-se como este comércio está sendo feito ou organizado com os restaurantes brasileiros num espaço fronteiriço? Acontecem essas aquisições da agricultura familiar? Se não, quais as razões? Se sim, qual o percentual dentre suas aquisições? Pode ser ampliada? Existe interesse na oferta de hortaliças orgânicas?

Parte-se do princípio de que o território é uma construção coletiva. Pode-se trabalhar para potencializar o desenvolvimento local através de suas características específicas (econômicas, políticas e culturais), é importante criar novos mercados, mais justos, com canais de comercialização mais curtos que permitam maior aproximação entre os produtores e consumidores.

Os canais de comercialização direta podem permitir aos agricultores familiares escolher a melhor forma de escoar a produção em função da sua produção agrícola e a demanda local, deixando-os com alguma liberdade em relação aos programas de políticas públicas e fugir da circunstância de perda da produção por falta de mercado.

O circuito curto de comercialização é um canal direto entre produtor e consumidor, eliminando o intermediário. De acordo com a especificidade dos produtos, tais circuitos, agregam valor e oportunidades, ao mesmo passo que traz uma maior proximidade entre o cliente e o produtor/produto (DAROLT et al., 2016; FANTINI et al., 2018).

As feiras livres, a venda nos pequenos comércios locais (lanchonetes e restaurantes) e de porta em porta são formas dos circuitos curtos. Kiyota e Gomes (1999) indicam que tais preferências ocorrem em razão da existência de mais abertura de negociação. Ressaltam a necessidade de um cronograma contendo a periodicidade dos alimentos produzidos a serem entregues, a frequência (semanal/diária/mensal) e a garantia da qualidade para que esse ciclo continue funcionando.

Os circuitos curtos (produtor-consumidor) apresentam vantagens ao produtor mediante a complexidade dos circuitos longos (com vários atravessadores) de comercialização, bem

como algumas dificuldades enfrentadas para entrar nos programas de políticas públicas governamentais (DAROLT et al., 2016).

A disponibilidade de hortaliças frescas facilita a comercialização de produtos originários de lugares geograficamente próximos do comércio, beneficiando a cadeia agroalimentar mais curta e a manutenção da oferta mediante um planejamento (DAROLT et al., 2016).

Os restaurantes entram nesse circuito curto de comercialização com grande importância, já que estão no centro do comércio de alimentos. Podem negociar diretamente com os produtores familiares, eliminando atravessadores e reduzindo custos. Toda essa dinâmica se reflete diretamente na ausência ou redução de perda da produção agrícola pelos agricultores familiares, bem como pela redução de custos dos restaurantes ao comprar produtos *in natura*. No final dessa cadeia está o consumidor, que poderá se beneficiar de alimentos mais saudáveis e com um preço menor, ou pelo menos, mais justo. Vale destacar a distância relativa da cidade de Corumbá para adquirir produtos da agricultura familiar de outros municípios (mais de 200 Km).

1.1 Objetivo Geral

- Compreender a logística de compras de produtos hortícolas realizados pelos restaurantes em Corumbá, num contexto de fronteira.

1.2 Objetivos Específicos

- Identificar os produtos hortícolas e sua forma de aquisição pelos restaurantes da cidade de Corumbá, bem como a importância dada aos produtos orgânicos;
- Discutir a logística de compra dos produtos hortícolas pelos restaurantes com vistas a pensar uma proposta de atendimento pelos assentamentos rurais de Corumbá.

1.3 Metodologia

1.3.1 Delineamento

A pesquisa foi realizada na cidade de Corumbá/MS, com os restaurantes corumbaenses dentro de um recorte geográfico, o bairro Centro, onde se encontram as principais ruas e

avenidas da cidade. É também o centro comercial, com elevada circulação dos moradores locais, fronteiriços bolivianos e turistas, com representativa movimentação financeira.

O objeto de estudo são as relações comerciais entre os restaurantes brasileiros e suas diversas possibilidades de compras na cidade de Corumbá (feirantes bolivianos, supermercados, assentamentos rurais), tendo como foco os restaurantes.

Esta pesquisa se configura como aplicada, descritiva e qualitativa. A pesquisa aplicada tem como característica fundamental “o interesse na aplicação, utilização e consequências práticas dos conhecimentos. Sua preocupação está voltada para o desenvolvimento a aplicação imediata numa realidade circunstancial” (GIL, 1999, p. 26).

Segundo Gil (1999, p. 28), “as pesquisas descritivas têm como finalidade principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis”. Ela busca descrever com exatidão um fenômeno, expondo características particulares de uma população. O estudo descritivo é mais utilizado quando o pesquisador quer conhecer determinada comunidade, suas características, valores e problemas sociais e/ou culturais.

De acordo com Triviños (1987), a abordagem de cunho qualitativo trabalha os dados buscando seu significado, tendo como base a percepção do fenômeno dentro do seu contexto. Desta forma ela busca capturar não só a aparência do fenômeno como também explicar sua origem, relações e tentar entender suas consequências. Ela tem o ambiente natural como fonte direta de dados e o pesquisador como seu principal instrumento.

O material obtido nessas pesquisas contém descrições de pessoas, situações, acontecimentos, fotografias, desenhos, documentos, etc. Todos os dados da realidade são importantes.

1.3.2 Procedimentos

Foi executada uma pesquisa de levantamento, visando obter informações sobre práticas comerciais de um grupo preciso dentro de uma problemática social (GIL, 1999). Utilizou-se fontes bibliográficas (livros, artigos, dissertações e jornais), roteiros de entrevistas e conversas informais.

A escolha dos restaurantes se deu pela consulta de informações junto à Associação Comercial de Corumbá. Foram entrevistados o dono, o gerente ou o responsável pela compra de hortaliças de cada um dos oito (8) restaurantes escolhidos de Corumbá.

Nos roteiros foram feitas perguntas pertinentes as compras das hortaliças, frequência, origem, o interesse em hortaliças orgânicas, entre outras (Apêndice A). A coleta de dados se

deu por meio de entrevistas, previamente agendadas, no espaço de cada restaurante de forma a não atrapalhar o andamento do estabelecimento. Para agilizar o processo e não perder nenhuma informação, a entrevista foi gravada por um smartphone de uso pessoal.

Para estruturação da proposta de uma cesta semanal de produtos da agricultura familiar foram entrevistadas as representantes da Agência de Desenvolvimento Agrário e Extensão Rural (AGRAER) Corumbá e da Secretaria Especial de Agricultura Familiar de Corumbá (SEAF). Também foi entrevistado o presidente da Associação dos Produtores dos Assentamentos de Corumbá (APRAC), representante no Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável (CMDRS), de Corumbá. Como apoio, foram utilizados os dados organizados pelo Núcleo de Estudos em Agroecologia e Produção Orgânica do Pantanal (NEAP) sobre a produção agrícola de Corumbá.

1.3.3 Análise dos dados

Foi adotada a análise de conteúdo como forma instrumental para interpretação e análise das informações obtidas. Segundo Bardin (1977, p.15), a análise do conteúdo é um “conjunto de instrumentos de cunho metodológico em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos extremamente diversificados”. Ainda, um “conjunto de técnicas de análise das comunicações”, que tem por objetivo ler nas entrelinhas, pôr fim nas dúvidas que estão por trás das questões analisadas (BARDIN, 1977, p. 30).

As entrevistas foram utilizadas na íntegra, para se ter uma melhor ideia dos dados comportamentais, e chegar a uma conclusão sobre a compra e a origem dos produtos hortícolas ofertados pelos restaurantes entrevistados.

2 O CONTEXTO TERRITORIAL DE LOCALIZAÇÃO DOS RESTAURANTES DE CORUMBÁ

2.1 Noção de fronteira

Em razão dos múltiplos sentidos do termo fronteira, faz-se necessário esclarecer a diferença entre este e limite, já que, tais conceitos normalmente são vistos como sinônimos. A origem histórica da palavra mostra que seu uso não se associa a nenhum conceito legal e sua construção não teve uma conotação essencialmente política ou intelectual (NOGUEIRA, 2007). De maneira geral, o uso do termo parece sugerir duas realidades opostas, qualquer que seja a natureza dessas realidades (FERRARI, 2014).

De acordo com Gonçalves (2004), a fronteira deriva do *front*, expressão militar que designa aquele espaço onde a guerra está sendo travada pelo domínio do espaço. Definida a vitória, o *front* transforma-se em fronteira e o espaço, em território.

As fronteiras são estabelecidas por quem está no centro do poder, sendo, portanto, subordinada (NOGUEIRA, 2007). Ela passa a ser assunto político com o sistema moderno de Estado, mas a ideia de fronteira e limite parece estar presentes nas chamadas sociedades primitivas ou tradicionais (GUICHONNET e RAFFESTIN, 1974).

A noção de fronteira existe desde a antiguidade, tornando possível organizar o espaço produtivo e apropriá-lo para constituir o espaço territorial de grandes impérios, exercendo ampla influência no desenvolvimento político, econômico, cultural, linguístico e militar. O domínio do espaço territorial em tempo e sociedades diferentes passaram do religioso ao político-administrativo incorporando novos significados (FERRARI, 2014).

A fronteira surge para fins de estratégias de guerra e, posteriormente, passou a ser entendida como limite entre territórios, marcando linhas de extensão, mostrando para onde o Estado podia se expandir. Depois passou a delimitar uma área ou zona fronteiriça com o objetivo de separar (MACHADO, 1998). Ela “separa” dois espaços geográficos que possuem características humanas e naturais distintas (RODRIGUES, 2015). No Estado moderno ela adquire caráter político através da “fronteira linear”. Para Raffestin (1993, p. 167), “a linearização da fronteira é uma tendência do Estado moderno, que não foi desmentida desde o século XV, para culminar, no século XX, nas linhas rígidas, por vezes impermeáveis”.

A ideia de fronteira muda constantemente na medida em que são incorporados novos elementos (políticos, sociais, ambientais e culturais) na análise, ao longo do tempo. A sociedade

é ativa e a fronteira acompanha seu avanço. Raffestin (1993, p. 165) aponta que “desde que o homem surgiu, as noções de limites e de fronteiras evoluíram consideravelmente, sem nunca desaparecerem”.

A realidade é dinâmica e incerta modificando o sentido das formas de se ver a fronteira, de acordo com as necessidades do Estado-Nação, ou do olhar dos seus habitantes. A fronteira existe a partir de um espaço mais amplo. Ela possui uma função de comunicação entre povos tornando possível uma troca cultural, de mercadorias e a mobilidade de pessoas (MACHADO, 2000). É como uma cerca que permite a entrada e a saída para ambos os lados dela. Como em todo lugar que há o convívio de pessoas, culturas e pensamento diferentes, a fronteira costumeiramente, também, é palco de conflitos (STEIMAN e MACHADO, 2002).

O conceito de fronteira não se distancia da concepção defensiva, porém, com as transformações do espaço geográfico mundial, com o ingresso do sistema capitalista em sua fase de globalização, ela passa a ter uma importância mais econômica vinculada aos processos de maior integração regional (CASTROGIOVANNI, 2010).

Para Costa (2009), a fronteira ao mesmo tempo em que representa uma área de separação entre nós e os outros, apresenta-se, também, como perspectiva de contato entre povos. Desta forma, a fronteira torna-se um lugar de convívio, um palco de trocas e de conflitos, deixando de ser apenas um lugar de isolamento para ser discutida de forma regionalizada em busca do seu desenvolvimento (STEIMAN e MACHADO, 2002).

A discussão do tema fronteiras existe há décadas com foco maior na relação comercial, aumento da mobilidade, segurança e defesa. Para Oliveira (2005), as relações de troca na fronteira são um conjunto de interações sociais e materiais promovidas pelas comunidades locais e podem ser boas ou ruins.

O termo “limite” está relacionado com um traçado preciso, definido no terreno, relacionando-se com a ideia de divisão. Para Machado (1998) a fronteira surgiu naturalmente da interação social entre pessoas de territórios diferentes, tornando-se lugar de comunicação, adquirindo assim um caráter político. Ela possui maior abrangência e refere-se a uma região ou faixa (franja fronteira) entre países que foram estabelecidas no decorrer da história, influenciadas por fatores étnicos, linguísticos e culturais das populações.

Compreender o significado de território também se faz necessário. Ele é “um espaço delimitado por e a partir das relações de poder, cujas materialidades são reflexos das imaterialidades e das ações territoriais dos agentes e atores do espaço” (COSTA, 2009, p. 62), pressupondo que esses espaços sejam dotados de recursos naturais e materiais delimitados por política e cultura.

Sendo assim, sem território não há exercício do poder, não há dominador e nem o dominado. A partir das experiências vividas e compartilhadas pelo povo, forma-se uma comunidade (identidade). Segundo Saquet (2007, p. 152), “território, identidade e territorialidade são compreendidos para além da caracterização e explicação de uma dada situação territorial. Têm um caráter político-operativo muito forte”. O entendimento de territorialidade serve para explicar a relação do homem com esse território.

Para Raffestin (1993, p. 143), espaço e território não são equivalentes e o primeiro antecede o segundo. O território resulta de “uma ação conduzida por um ator sintagmático (que realiza um programa) em qualquer nível” (e não somente o estatal). Espaço e território nunca poderão ser separados, já que sem espaço não há território e o território é uma produção a partir do espaço.

O poder se forma ao longo do tempo e é exercido através das relações sociais históricas produzidas e reproduzidas. Desta forma entendemos que o território segue na direção oposta do espaço por haver movimento e fluidez.

O território é um produto social que leva em consideração a abordagem pessoal e econômica ao mesmo tempo, referentes as técnicas e as redes de circulação de pessoas e mercadorias. Portanto, território é visto como resultante das relações políticas, econômicas e culturais e, além interações entre as redes globais (DEMATTEIS, 1995; BECKER, 1997).

Saquet (2007, p. 118) destaca:

[...] o território é entendido como lugar de relações sociais; de conexões e redes; de vida, para além da produção econômica, como natureza, apropriação, mudanças, mobilidade, identidade e patrimônio cultural; como produto socioespacial e condição para o habitar, viver e produzir.

Neste trabalho, fronteira será entendida como local de convívio e trocas onde o desenvolvimento dos territórios envolvidos pode ser discutido e alavancado diante das mais diversas interações sociais e de uma política internacional que vise tal acontecimento. Essa perspectiva corrobora com a ideia de Steiman e Machado (2002), sendo oposto de limite que divide e está intimamente ligado a acordos internacionais.

Sendo a fronteira uma área geográfica de limites imprecisos, a partir de uma criação sociopolítica, ela une pessoas de terras diferentes mesmo quando elas estão separadas por uma linha imaginária. Essa união gera, por vezes, uma fluidez, facilitando a mobilidade, o fluxo, o trabalho e o comércio. Ela separa e une grupos humanos e territórios em ambos os lados da linha de demarcação, produzindo uma rede relacional específica (KAISER, 1998).

Diante do entendimento dos conceitos de fronteira, limite e território, no próximo tópico será tratada a área de estudo. O recorte espacial utilizado para a realização dessa pesquisa é a

cidade de Corumbá na porção ocidental sul-mato-grossense, situada em uma zona fronteira do Brasil e das cidades bolivianas de Puerto Suarez e Puerto Quijarro.

2.2 Localização da área de estudo

Buscou-se, aqui, uma breve contextualização histórica e geográfica da área de estudo. Acredita-se que isso permitiu melhor compreensão do contexto em que se encontram os restaurantes participantes da pesquisa.

A primeira ocupação de brancos se deu com a chegada de exploradores no século XVI em busca de ouro. Para contê-los, foi fundado em 1778 o Arraial de Nossa Senhora da Conceição de Albuquerque, primeiro nome dado ao vilarejo que após setenta e dois anos se emancipou passando a se chamar Santa Cruz de Corumbá.

Ito (2000, p. 17), no tocante a origem de Corumbá, acredita que foi:

Fundada para garantir o avanço da fronteira do Império do Brasil sobre terras espanholas, demonstra, desde sua origem uma estreita ligação com questões estratégicas militares de ocupação e povoamento da fronteira oeste. Em sítio, estrategicamente escolhido, às margens do rio Paraguai [...].

A cidade foi destruída durante a guerra do Paraguai (1864 a 1870) e retomada pelo tenente-coronel Antônio Maria Coelho e, devido sua importância geopolítica foi reconstruída. Depois da Guerra do Paraguai, tornou-se necessário ocupar e demarcar os limites do Brasil na fronteira Oeste do Brasil, por questões de segurança nacional. A partir daí começou o desenvolvimento da localidade através do comércio fluvial pelo Rio Paraguai, pois o porto manteve seu funcionamento, somente interrompido durante o conflito. Nesse período a chegada de imigrantes europeus na cidade, principalmente portugueses e italianos, impulsionaram o desenvolvimento de Corumbá, trazendo consigo investimentos e intenso movimento de embarcações estrangeiras, construções de casas comerciais e prédios, bem como o traçado de tabuleiro xadrez das primeiras ruas da cidade na época do seu apogeu (IPHAN, 2020).

Os rios, principalmente o Rio Paraguai, foram os principais meios de comunicação entre Corumbá e as demais cidades. Somente no início do século XX (em 1905) é que iniciou a construção da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil (NOB) com vistas a ligação do estado de São Paulo com o então estado de Mato Grosso. Em 1914 completou o trecho de Bauru/SP a Porto Esperança/MS com 1.622 km, passando por Campo Grande/MS (GHIRARDELLO, 2002)

De acordo com Oliveira (2006, p. 351), Corumbá atraiu estrangeiros imigrantes de diversas nacionalidades, como: “italianos, portugueses, espanhóis, franceses, sírios, libaneses, que se deslocaram para lá a fim de trabalhar na construção da estrada de ferro, principalmente”.

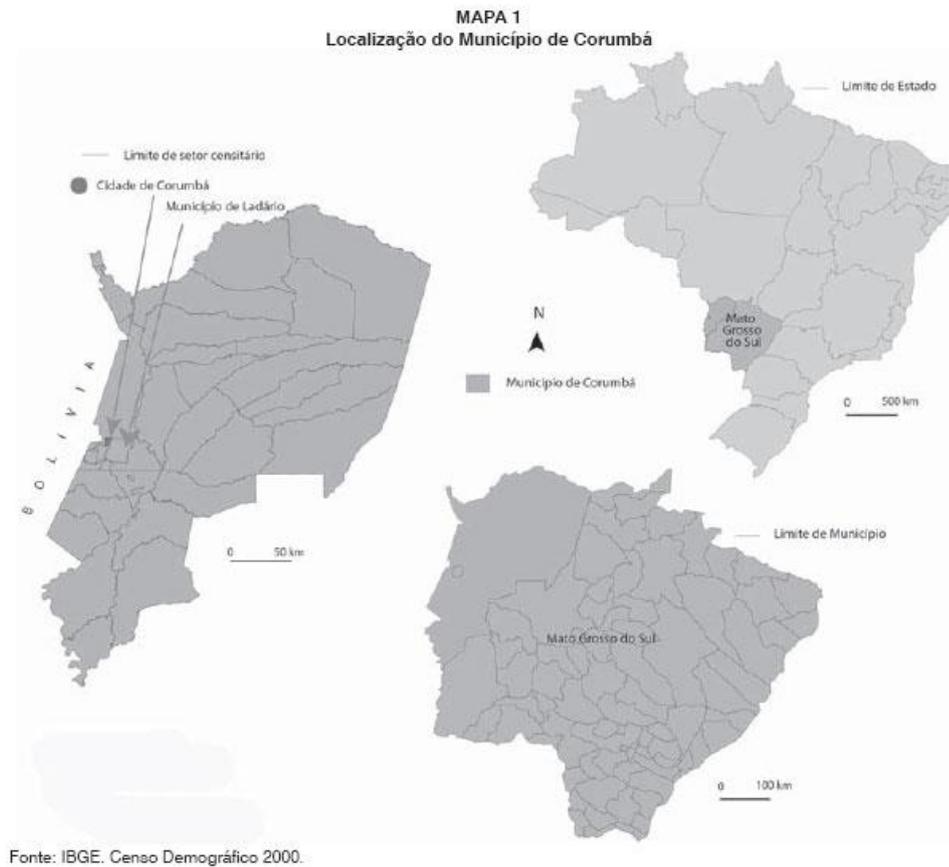
A rede de cidades conectadas por trilhos e através dos quartéis adquiriram status de postos estratégicos de defesa para a fronteira. A estrada de ferro facilitou o transporte de mercadorias, mas também o de pessoas ao reduzir o tempo de viagem entre o Mato Grosso e o Sudeste. A NOB deslocou o entreposto comercial pantaneiro de Corumbá para Campo Grande, modificando o comércio e a economia local. Tendo perdido parte de sua função portuária Corumbá incrementou a atividade da pecuária, obtendo lucros e realizando melhorias técnicas nas fazendas (TRUBILIANO, 2015).

No contexto nacional, Corumbá está estrategicamente inserida na Região Centro-Oeste brasileira e fica na porção central da América do Sul. Fica na porção Oeste do Estado e ainda tem 60% do seu território inserido no bioma do Pantanal. É o maior município do estado Mato Grosso do Sul, como também da Região Centro-Oeste, ocupando 64.960,863 km² de área territorial (IBGE, 2020).

A cidade está situada à margem direita do Rio Paraguai. Está a mais de 400 km da capital do estado, Campo Grande, e dos centros urbanos, econômicos e políticos mais próximos. A cidade brasileira mais próxima, à exceção da conurbada Ladário, fica a aproximadamente 220 km – Miranda/MS. A figura 1 apresenta a localização de Corumbá no contexto nacional. Encontra-se no centro de uma conurbação com as cidades de Ladário, Puerto Quijarro e Puerto Suárez (as duas últimas na Bolívia) (IBGE, 2020). A figura 2 apresenta uma visão aérea do limite internacional e permite uma leitura espacial da localização da cidade de Corumbá em seu contexto fronteiriço.

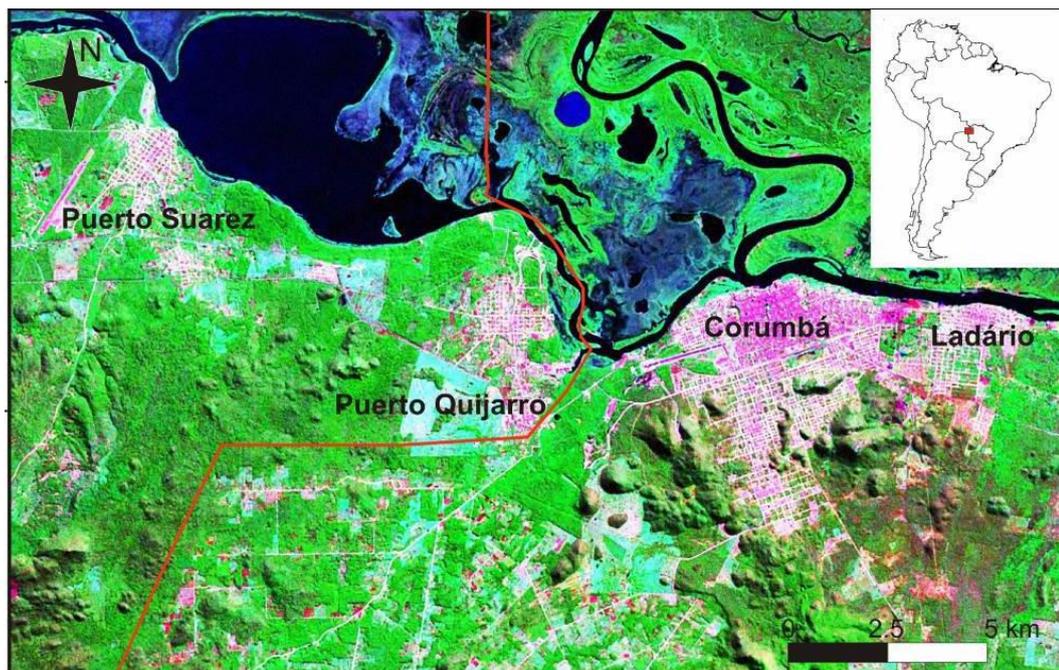
O município de Corumbá faz limites a Leste com Miranda, Coxim, Aquidauana, Sonora e Rio Verde de Mato Grosso; ao Sul com Porto Murtinho e o Paraguai; ao Norte com Cáceres, Barão de Melgaço e Poconé (MT) e a Oeste a Bolívia. Forma um aglomerado fronteiriço na porção Oeste com a República da Bolívia, ligada as cidades Puerto Suarez, Puerto Aguirre e Puerto Quijarro). Em uma situação especial está o município de Ladário, que tem seu território totalmente inserido dentro do município de Corumbá.

Figura 1 - Localização do Município de Corumbá.



Fonte: IBGE, 2000.

Figura 2 - Limite internacional Brasil-Bolívia



--- Limite internacional Brasil-Bolívia

Fonte: COSTA (2013, p. 71).

No tocante a população, Corumbá é a quarta cidade mais populosa de Mato Grosso do Sul, com cerca de 100 mil habitantes. Segundo a estimativa do IBGE, em 2019 o município contava com uma população de 111.435 habitantes. É o centro urbano fronteiriço (considerando cidades que tocam no limite internacional) mais populoso do Norte e Centro-Oeste do Brasil (IBGE, 2020).

O setor terciário impulsiona a economia local mesmo que a indústria ainda seja tímida, é importante. O setor da extração mineral destaca a extração do minério de ferro (Maciço do Urucum), produção de cimento e exploração de calcário¹.

A pecuária na região existe desde os anos de 1682 com a formação de um arraial nas Vacarias Sulinas da Província (BRAZIL, 2000). Após o declínio do porto fluvial essa atividade econômica recebeu melhorias e conta com um nível técnico mais adequado. A produção leiteira é pequena e oriunda da agricultura familiar.

A agricultura é desenvolvida por agricultores familiares, em assentamentos rurais criados pelo INCRA entre 1991 e 1998 e se limita ao consumo próprio, com excedentes comercializáveis no mercado local.

Para que se tenha uma compreensão mais clara das características do espaço fronteiriço estudado será apresentada, a seguir, uma descrição baseada em observações da paisagem e conversas informais com funcionários do posto da Polícia Federal e alguns migrantes. Cabe lembrar que não foram observações sistemáticas, mas suficientes para oferecer um panorama do contexto de fronteira.

Os pontos de controle e fiscalização, do lado brasileiro, demonstram relações de poder aos que entram no país. Para cruzar o limite internacional entre Corumbá e Puerto Quijarro passamos por três pontos de controle e fiscalização, que são a Polícia Rodoviária Federal (PRF), a Polícia Federal (PF) e a Receita Federal (RF). Sendo que a PF e a RF ocupam o posto aduaneiro, conhecido como Posto Esdras, que está localizado no fim da rodovia BR-262, a menos de 100 metros do limite internacional Brasil-Bolívia e cerca de 6,5 km do centro de Corumbá. Esses órgãos estão nessa ordem saindo de Corumbá.

O posto Esdras pertence ao governo brasileiro para controle de fluxo de imigrantes (PF) e para cobrança de tributos (RF), respectivamente. Na figura 3 dá para observar que “trata-se de estrutura de controle e fiscalização, e de dimensões que têm, em nosso entendimento, uma função simbólica: a grandiosidade da instalação assinalaria o poder de repressão ao ilegal” (OLIVEIRA e CAMPOS, 2015, p. 55).

¹ Dados econômicos. <https://www.corumba.ms.gov.br/dados-economicos/>

Figura 3 - Posto Esdras, Corumbá/MS, fronteira Brasil-Bolívia



Fonte: Diário Corumbaense, 31/01/2019.

Oliveira e Campos (2015, p. 55) assim descrevem o lado boliviano: “encontramos uma estrutura espelhada ao Posto Esdras, em Arroyo Concepción, distrito de Puerto Quijarro, um conjunto fiscalizador, envolvendo aduana, polícia e controle migratório, e ponto de cobrança de pedágio”.

Mesmo diante de toda essa fiscalização, a travessia do limite internacional é feita diariamente em grandes fluxos para as mais diversas atividades, como: lazer, compras, turismo e passagem para outros locais.

A PF, no Posto Esdras, possui quatro guichês de atendimento, contando com três agentes federais e um funcionário terceirizado, mas nem sempre conta com a presença feminina. O delegado responsável fica na sede, na cidade de Corumbá. Dessa forma, sua missão de fazer um controle migratório, na prática, fica comprometida. O número de agentes é insuficiente. Este posto é utilizado por pessoas de várias nacionalidades que encontram o fluxo de pessoas e carros livre para atravessar o limite internacional diariamente.

Neste contexto, estão os agentes territoriais que atuam na oferta de hortaliças em Corumbá e que de alguma forma, participam da rede de compras dos restaurantes da cidade. É o que se propõe descrever em seguida, na próxima sessão.

3. OS AGENTES TERRITORIAIS DE OFERTA DE HORTALIÇAS EM CORUMBÁ

Optou-se, em razão da natureza deste estudo, pela utilização dos conceitos de território e de territorialidade para apoiar o entendimento das formas de manifestações dos agentes territoriais nesta fronteira. É um instrumento irrefutável na compressão do espaço, uso e ocupação, amplamente utilizado por várias ciências tornando-se um termo polissêmico, assim como fronteira.

Território não se restringe apenas a divisão administrativa ou de limite, mas se caracteriza pelas relações de poder. É posterior ao espaço, sendo resultado dele. De acordo com Raffestin (1993), o território é uma construção conceitual a partir da noção de espaço. Corresponde ao espaço geográfico dominado e habitado por uma dada população e independe da extensão territorial.

A construção social derivada das relações sociais em um dado espaço resulta na territorialidade que é “a produção de um espaço, o território nacional, espaço físico, balizado, modificado, transformado pelas redes, circuitos e fluxos que aí se instalam: rodovias, canais, estradas de ferro, circuitos comerciais e bancários, autoestradas, e rotas aéreas etc.” (LEFEBVRE², 1978, p. 259 apud RAFFESTIN, 1993, p. 143).

As formações pelas territorialidades modelam paisagens através de elementos naturais, construídos além da produção de pertencimento, de identidade, e de conflitos sociais. Para Sack (1986, p. 19) territorialidade é "a tentativa de um indivíduo ou grupo para afetar, influenciar ou controlar pessoas, fenômenos e relações, e para delimitar e impor controle sobre uma área geográfica. Sendo assim, o uso do território caracteriza o nascimento da territorialidade (relação entre os homens e o território) e a territorialidade faz surgir seus agentes territoriais.

Consideramos como agentes territoriais envolvidos na produção e/ou comercialização de hortaliças os feirantes, os supermercados, os verdurões³, as hortas urbanas e os agricultores familiares dos assentamentos rurais, que serão tratados, a seguir.

²Nessa passagem Lefebvre “mostra muito bem como é o mecanismo para passar do espaço ao território”. LEFEBREVE, H. De l'État 4. **Les Contradictions de l'État moderne**. Paris. UGE, 1978.

³ Verdurões, sacolões ou quitandas são comércios locais de venda de hortifrutí.

3.1. As feiras livres e os bolivianos atravessadores

As feiras livres são o tipo de atividade comercial mais antiga conhecida desde que a humanidade adotou o cultivo agrícola como forma de subsistência. Braudel (1998) aponta que em 500 a.C. já se realizava essa atividade no Oriente Médio. Sato (2007), Sennett (2003) e Pazera Jr (2001) indicam que elas só surgiram na Idade Média relacionadas às festividades religiosas.

A palavra vem do latim *féria*, que significa "dia de festa" ou "feriado". Passou a ser utilizado nos nomes dos dias da semana em sentido litúrgico, referente aos dias da Semana Santa. Era costume os mercadores levarem suas mercadorias para mostrarem, em praça pública, aos frequentadores das festividades religiosas. Então, a expressão perdeu seu sentido original de "dia de festa", com o predomínio das "feiras" comerciais sobre as "férias" litúrgicas (CUNHA, 1992).

Diante da falta de consenso dos pesquisadores, o que precisamos ter em mente é que desde os primórdios elas surgiram como estratégia de comercialização, tendo um importante papel econômico e cultural.

Inicialmente fazia-se troca dos produtos excedentes e depois a venda com a chegada da moeda (REIS e VIEIRA, 2011). Quando a feira é vista como um negócio pode se transformar em um agente de territorialidade modelador de políticas públicas. Weber (1979) relaciona o aparecimento das cidades ao surgimento das feiras livres que possibilitaram tanto as atividades comerciais quanto a abertura de estradas e comunicações entre os grupos.

Mascarenhas e Dolzani (2008, p. 75) indicam que “a feira livre no Brasil constitui modalidade de mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública pela municipalidade e voltada para a distribuição local de gêneros alimentícios e produtos básicos”.

Elas são realidades “organizadas” que geram fluxos de ações e significados. Em sua “bagunça organizada” os feirantes seguem em sua itinerância construindo seus fazeres, novas lojas, arrumando sua convivência e obedecendo as regras de funcionamento impostas pela Prefeitura (SATO, 2007)

Feira significa lugar público, coberto ou não, onde se expõem, compra e vende mercadorias (SANTOS, 2012). É um comércio caracterizado pelas inúmeras possibilidades de acordos e mercadorias. Segundo Sato (2007, p.99) “a feira livre deve ser compreendida, então, como um contínuo organizar, baseado em acordos e negociações, em cooperação e competição e na execução de regras tácitas”.

No Brasil, as feiras livres foram trazidas pelos portugueses ainda no período colonial e se incorporou a cultura brasileira (ALMEIDA, 2009; LUCENA e CRUZ, 2011; MOTT, 2000). As primeiras feiras brasileiras que se tem registros aconteceram em 1904 na cidade do Rio de Janeiro e em 1914 na cidade de São Paulo (MASCARENHAS, 2008). Com o crescimento demográfico e diversificação econômica acontece o povoamento do interior brasileiro e expansão do território.

Segundo Santos e Oliveira (2010), no Estado do Mato Grosso do Sul, a origem das feiras livres (que se tem registro) remete ao período entre 1924 e 1926. A primeira regulamentação da atividade em Corumbá foi a Lei Municipal foi nº 058, de 05 de maio de 1952.

O pedido pela instalação da feira foi feito pela Vereadora Nathercia Pompeu dos Santos em abril de 1952 sob a seguinte justificativa:

Senhor Presidente, designada relatora do projeto que cria a Feira Livre nesta cidade, sou de parecer que ela seja instalada com maior brevidade, para proporcionar grandes benefícios à população corumbaense principalmente à classe pobre que poderá adquirir os produtos por um preço razoável visto que, os abusos por parte de certos vendedores sem escrúpulos não permitem que essa classe tenha uma alimentação sadia como seja a de verduras, frutas e legumes que são indispensáveis à conservação da saúde [...] (Nathercia Pompeu dos Santos, Vereadora, em 02 de abril de 1952) (ESPIRITO SANTO, COSTA e BENEDETTI, 2018, p.3).

Embora a regulamentação tenha saído em 1952, o primeiro registro só acontece em 1959, anos após a regulamentação da atividade comercial, de acordo com a reportagem do jornal A Tribuna (Edição nº17.731 de 3/5/1960), em apenas três pontos da cidade, com boa aceitação da população (ESPIRITO SANTO, 2016).

A feira deixou de ser um grande centro comercial e luta para resistir aos avanços dos supermercados. Ela não é apenas um ponto de vendas, mas também de encontro e descontração como relata Serra (2005, p.7) que em algumas festas populares “pode compreender ainda uma feira e outras promoções: sempre atividades que associam comércio com diversão pública”

Para Morel et al. (2015, p. 44), “algumas características fazem das feiras livres um ambiente de comercialização, que atrai muitos consumidores até os dias atuais”. Entre essas características podemos citar a relação de confiança entre consumidor e feirante, preços mais acessíveis e a possibilidade de barganhar.

Apesar de toda dificuldade enfrentada nas últimas décadas, como a falta de infraestrutura e a complicação no transporte dos produtos até a feira, elas ainda apresentam um papel relativamente importante para o abastecimento da cidade e escoamento da produção da agricultura familiar. Em algumas cidades a feira livre se apresenta mais como “ornamento da

também são feirantes. Nesse caso, eles não são vistos como um problema, mas como uma solução da problemática do escoamento, além de não configurar atividade ilegal ou ilícita.

As feiras realizadas em Corumbá contam com feirantes brasileiros e bolivianos. Os produtores da agricultura familiar costumam comparecer em “maior número na feira de domingo, que é a maior e mais tradicional da cidade” (ESPIRITO SANTO, 2018). Como alguns feirantes bolivianos também são agricultores torna-se possível encontrar nas feiras produtos e produtores de ambos os países, mas ainda assim a maior parte do que é comercializado nas feiras corumbaenses são oriundas de sacolões, atacados e CEASAs porque a agricultura familiar local não consegue produzir toda a variedade que é oferecida nas feiras. Caberia uma publicidade dos produtos agroecológicos nas feiras livres como forma de divulgar a diferenciação do produto.

O comércio feito cara a cara ajuda a conquistar a confiança do comprador e ainda reduz a perda no valor do produto, garantindo um preço menor ao consumidor. Isso acontece no circuito curto de comercialização onde o produtor e o consumidor tem proximidade, sem intermediários ou atravessadores. Esta forma de transação traz vantagens sociais e econômicas, constituindo oportunidade de agregar valor ao produto, beneficia a cidade, além de tornar a origem do produto conhecida (LEADER, 2000).

3.2 Os supermercados

Os supermercados são um tipo de comércio de grande importância para a economia. Ao analisar as definições que se seguem percebemos suas características pioneiras e que permanecem até os dias atuais.

Entre tantos sentidos para definir esse tipo de negócio utiliza-se, nesta pesquisa, o mais conhecido, do dicionário *Michaelis*, que os definem como um “grande estabelecimento comercial de autosserviço em que o comprador retira as mercadorias variadas das prateleiras, efetuando pagamento da despesa nos caixas, à saída da loja”, que corrobora com a ideia de Rinaldi, Morabito e Tachibana (2009, p. 1) de que eles “vendem proeminentemente alimentos perecíveis dispostos em formato para autoatendimento e dispõem de caixas para pagamentos na saída, tratando-se, portanto, de autosserviço”. Também, com Silveira e Lepsch (1997, p. 6) que definem o supermercado como "um varejo generalista, que revende ao consumidor final ampla variedade de produtos, dispostos de forma departamental, no sistema de autosserviço".

Antes das lojas de supermercados as compras eram realizadas em mercearias. Pequenos comércios com vendas feitas no balcão onde o funcionário ia buscar as mercadorias. Segundo Pintaúdi (1981, p. 45) o “[...] abastecimento dos habitantes da cidade em gêneros alimentícios era feito através de um pequeno comércio de vizinhança: feiras-livres, quitanda, frutaria, açougue, padaria, armazém e mercearia, principalmente”.

Os supermercados são a evolução das primeiras lojas que ousaram agrupar produtos em departamento (lojas de departamentos) na década de 1850, em Paris (RINALDI, MORABITO e TACHIBANA, 2009). A loja mais antiga que se tem notícias a usar o autosserviço é a Bon Marchè.

A origem do autosserviço moderno data de 1915-1916, quando foram inauguradas as primeiras lojas Alpha Beta Markets e Piggly Wiggly, respectivamente nos estados da Califórnia e Tennessee, nos Estados Unidos (CONNOR & SCHIEK, 1997). Com a denominação de supermercados, por influência do cinema, é inaugurado o King Kullen, em 1930, do empresário americano Michael Cullen. Ele contava com uma estratégia precursora básica: um galpão industrial adaptado para vender comida, deixar as pessoas escolherem os produtos e pagar na saída. A ideia do autosserviço permitia a redução de custos com mão-de-obra, como também aumentava o movimento das mercadorias promovendo a queda dos preços na luta pelos clientes (CYRILLO, 1987).

Desse modo, os supermercados surgiram como uma opção às mercearias, oferecendo menor preço a uma sociedade que passava por problemas financeiros causados pela Depressão de 1930, com elevada queda de divisas e desemprego. Por conta das compras em maiores volumes, os supermercados obtinham maior capacidade de negociação de valores e “ofereciam produtos a preços menores, tornando-se um grande atrativo para a população que sofria forte com a diminuição do poder aquisitivo no período” (CONNOR & SCHIEK, 1997, p. 57). Em decorrência deste processo as mercearias perderam clientes e lucro (WILDER, 2003).

O sucesso desse novo negócio foi estimulado pela Depressão de 1930, um período de crise e de orçamentos apertados, como já falamos anteriormente, mas a sua consolidação aconteceu durante a Segunda Guerra Mundial, quando houve a escassez de mão-de-obra e alimentos. Nesse período as prateleiras foram preenchidas por produtos não alimentícios que se tornaram parte importante do faturamento das lojas. Ao final da guerra as pessoas já haviam se acostumado a esse novo modo de comprar, pois nesses amplos empórios era possível adquirir em única visita de alimentos a produtos para uso doméstico. Tudo isso para apresentar o máximo de possibilidades de compras no menor tempo possível (CYRILLO, 1987).

No período pós-guerra a sociedade americana vivenciou o aumento da sua renda, e junto a ela o desejo de consumir. Para atender a sociedade, a indústria elevou a sua produção, diversificando o seu *mix*, lançando novos produtos e abarrotando as prateleiras dos supermercados, que ficaram pequenos para tantas novidades. O recurso encontrado pelas empresas varejistas foi aumentar as lojas a fim de oferecer a maior variedade de produtos, marcas e serviços possíveis (CONNOR & SCHIEK, 1997).

O modelo está em evolução contínua, aumentando em tamanho para acomodar variedade de produtos e marcas, como também no uso de equipamentos para armazenar e expor, e mais recentemente no uso de tecnologia para realizar o pagamento, vendas on-line e controle de estoque. A tendência atual é oferecer não apenas as mercadorias e sim a combinação de mercadoria e serviço, ou seja, a solução completa, desde fornecer alimentos para preparar ou pré-prontos, cuidados e manutenção da casa até o transporte do que foi vendido.

As lojas de autosserviço comercializam uma vasta variedade de produtos que vai desde alimentos *in natura* aos bens duráveis, podendo passear pelos setores de eletrônicos, têxtil e automotivo. O número de setores e produtos vendidos vai depender do tamanho da loja, levando-os a ter uma classificação (Quadro 1). Os supermercados costumam expor a maioria dos seus produtos em gôndolas, desta forma permitem aos clientes pegarem o que for de seu interesse, sem necessitar da ajuda de funcionários.

Quadro 1: Classificação de lojas do setor supermercadista

Formato de loja	Área de vendas (m ²)	Nº médio de itens	Vendas de produtos não alimentícios	Nº de caixas	Seções
Loja de Conveniência	50 –250	1.000	3%	1-2	Mercearia, frios e laticínios, bazar, snacks
Loja de Sortimento Limitado	200 –400	700	3%	2-4	Mercearia, hortifrúti, frios e laticínios, Bazar
Supermercado Compacto	300 –700	4.000	3%	2-6	Mercearia, hortifrúti, carnes e aves, frios e laticínios, bazar
Supermercado Convencional	700 -2.500	9.000	20-67%	7-20	Mercearia, hortifrúti, bazar, carnes e aves, peixaria, padaria, frios e laticínios
Superloja	3.000 - 5.000	14.000	12%	25-35	Mercearia, hortifrúti, bazar, carnes e aves, peixaria, padaria, frios e laticínios, têxtil e eletrônicos
Hipermercado	7.000– 16.000	45.000	30%	55-90	Mercearia, hortifrúti, carnes e aves, padaria, frios e laticínios, bazar,

					peixaria, eletrônicos	têxtil,
Loja de Depósito	4.000 - 7.000	7.000	8%	30-50	Mercearia, carnes e aves, e laticínios, eletrônicos	hortifrúti, têxtil, frios bazar e eletrônicos
Clube Atacadista	5.000 - 12.000	5.000	35%	25-35	Mercearia, bazar, e aves, têxtil, laticínios e eletrônicos	frios,

Fonte: Brito (1998, p.77).

No Brasil, esse tipo de comércio chegou no fim da década de 1940 utilizando o autosserviço de forma parcial, passando aos moldes que conhecemos hoje apenas em 1953, quando as primeiras lojas de supermercados foram abertas na cidade de São Paulo. Foram os pioneiros em nosso país os Supermercados Sirva-se, do empresário brasileiro Mário Wallace Simonsen, à época, um dos mais importantes do Brasil (em 1965 foi adquirido pelo grupo Pão de Açúcar) e o Supermercados Peg-Pag (ABRAS, 1993).

As primeiras lojas basearam-se nos modelos americanos, mas em um momento histórico completamente diferente. O país passava por uma fase de desenvolvimento industrial, tecnológico, urbanístico e por muitas trocas de planos econômicos que geravam inflação. Com isso, “o setor conseguiu se desenvolver somente após a implantação do Imposto sobre Circulação de Mercadorias (ICM)⁵, em 1967” (WILDER, 2003, p 4), que reduzia a diferença dos preços realizados entre o varejo tradicional e os supermercados, além dos planos de desenvolvimento e programas do governo nacional para a área de abastecimento (WILDER, 2003, p. 4). Isso acelerou o crescimento do setor na década de 1970, proporcionando o surgimento de grandes grupos e a instalação de lojas ainda maiores – os hipermercados.

O primeiro hipermercado a abrir no Brasil foi o Peg-Pag (1971), seguido do primeiro grupo estrangeiro a se estabelecer no país, o Carrefour (1975), que existe e domina esse mercado até os dias de hoje. Aguiar (2009) ressalta outras redes estrangeiras que também implantaram filiais no Brasil, décadas a frente do “milagre econômico”, como a portuguesa Sonae (1995) e a holandesa Royal Ahold (1997).

Atualmente os supermercados lideram o setor varejista, ficando em primeiro lugar no ranking da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC). Segundo estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo (IBEVAR), em 2019, “as maiores 120 empresas varejistas do Brasil são responsáveis por 29,5% do PIB brasileiro. Dessas, 100 empresas detêm 27% das vendas no varejo. Dentre as categorias avaliadas no

⁵ Imposto cobrado apenas sobre o valor e adicionado de cada etapa da comercialização.

mercado, se destacam Hiper & Supermercados, Bebidas e Fumo, com 33,8%”. Esse levantamento levou em consideração o faturamento, produção, número de lojas, número de empregados e a imagem da loja pelos consumidores (IBEVAR, 2019).

A abertura de novos supermercados se destaca, em relação a abertura de lojas de outros ramos, pela expansão do atacarejo, colocando em destaque no ranking grandes empresas como o Grupo Carrefour Brasil, Grupo Pão de Açúcar e Walmart Brasil. Isso mostra uma tendência à centralização financeira e territorial, onde “um único empresário ou grupo e em único local”, comercializa produtos que antes eram vendidos por vários comércios especializados em pequenas lojas (PINTAÚDI, 2002, p.151).

O surgimento de supermercados demorou a acontecer em Corumbá em razão das dificuldades de transporte de mercadorias. Com o asfaltamento da BR-262 e construção da Ponte Poeta Manoel de Barros, finalizada em 2001, ocorreu o encurtamento do tempo da viagem até Corumbá. Antes existia cerca de 200 km de estrada de chão e a travessia do rio Paraguai era realizada de balsa. O fim desse isolamento relativo proporcionou melhor integração ao restante do território brasileiro por via terrestre.

A partir de então a cidade viu o desabrochar do comércio varejista que buscava se firmar através da abertura de muitas lojas, as vezes pertencentes à mesma família, mas que não sobreviviam muito tempo.

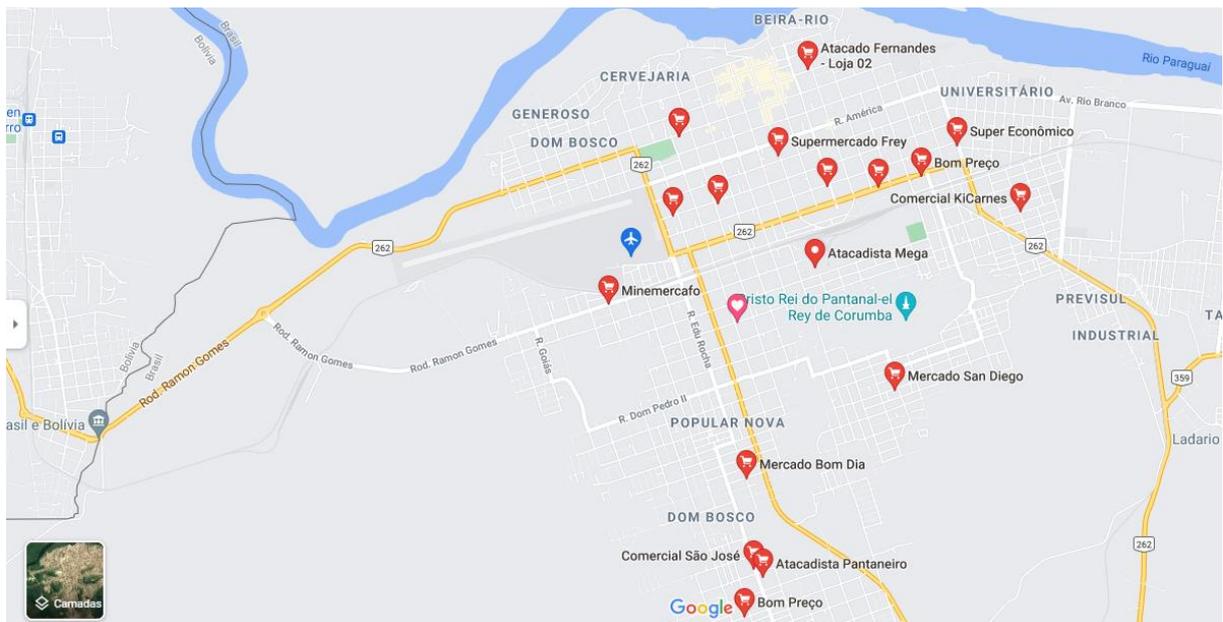
A partir da pesquisa bibliográfica sabemos que o supermercado Modelo 1 foi o primeiro na cidade chegando a abrir mais duas lojas – Modelo 2 e Modelo 3. Ainda fazem parte da história supermercadista de Corumbá os supermercados Makoto, Ohara, Dourados, Centro-Oeste, Frutal Corumbaense, Mardine, Popular e Panof. O Makoto funciona até hoje de forma insípida. O Ohara tinha uma boa diversidade de produtos, mas não funciona desde 1990. O Dourados fechou na década de 1990. O Centro-Oeste também teve uma vida curta, reabriu como o Superalfa e depois como o supermercado Itália que ainda está em pleno funcionamento com produtos não-alimentícios e alimentícios como: carnes, frios, frutas e verduras, entre outros (ESPIRITO SANTO, 2016).

Os supermercados Frutal e Panof foram concorrentes durante toda uma década. O Frutal entrou em concordata em meados dos anos 2000 e em 2011 foi comprado pelo Atacado Fernandes, que anteriormente era apenas um distribuidor. O grupo Fernandes abriu uma filial onde ficava o supermercado Popular. Já o Panof faliu em 2012 e foi comprado pelo grupo paranaense Quadri, que mantém o supermercado até hoje com duas lojas e o nome Cidade Branca (ESPIRITO SANTO, 2016).

No ano de 2013 temos a abertura do Frey, ocupando o lugar do antigo Mardine (ESPÍRITO SANTO, 2016). Ele funciona na Rua Frei Mariano, região central da cidade. Observa-se a oferta de produtos de açougue, frios, frutas, verduras, alimentos para preparar e pré-prontos, de higiene pessoal e para a casa, como também elementos variados e refinados para dietas especiais e não nacionais.

Diante do supracitado verificamos o potencial para mais supermercados em Corumbá, visto que ela é a quarta (4º) maior cidade em população absoluta do estado do Mato Grosso do Sul (IBGE, 2019). A presença dos supermercados Cidade Branca - com suas duas unidades, o Atacado Fernandes - com três lojas; MS Frios; Frey e Itália - uma loja cada (Figura 5) - alcançam a atualidade disputando clientes com os pequenos mercadinhos de bairro, verdurões e feiras livres.

Figura 5 – Localização dos supermercados e atacarejos em Corumbá/MS, 2020.



Fonte: Google Maps, 2021.

Em janeiro de 2019 o grupo Fernandes inaugurou o Atacado Pantaneiro e em novembro foi a vez do Grupo Mega abrir a sua loja. Ambas são lojas de “atacarejo”, podendo vender tanto no atacado quanto no varejo, configurando mais uma opção para os moradores e restaurantes corumbaenses na hora da compra de hortifrúteis.

3.3. Os verdurões

Os verdurões são pequenos estabelecimentos do segmento varejista espalhados pela cidade, sendo principalmente comércios de bairro que revendem frutas, legumes e verduras. Eles representam uma fração considerável na distribuição de hortifrúti, mas devido à concorrência dos supermercados e atacados vem perdendo espaço (TRENTO et al., 2011).

Esse tipo de comércio se enquadra no mesmo canal de comercialização dos supermercados, sendo que eles não atuam como atacadistas. O sistema de abastecimento agroalimentar tem a tendência de excluir pequenos e médios empreendimentos agrícolas e comerciais, por serem de menor porte e menor capacidade de compras. Por essas razões os varejões acabam ficando, muitas vezes, com produtos de qualidade inferior (TRENTO et al., 2011).

Contudo, a maior parte dos seus produtos ainda são adquiridos nas centrais de abastecimentos ou até mesmo nos atacarejos, o que acaba por aumentar os custos tanto da empresa quanto o preço repassado aos clientes (MARTINHAGO, REIS e PEREIRA, 2013). Para diminuir o custo alguns verdurões vem criando formas de reduzir a distância percorrida pelos hortifrúti e seu comércio através da negociação direta com o produtor (LOURENZANI e SILVA, 2004), o que pode configurar uma opção para o escoamento da produção da agricultura familiar da cidade.

Esses pequenos empresários valorizam a proximidade com seus clientes e isso favorece a construção de uma relação de confiança. Seus funcionários, muitas vezes, já conhecem os gostos e sabem até mesmo o nome dos fregueses mais assíduos. Unido a familiaridade construída com o verdurão ainda existe a comodidade de comprar perto de casa e, também, o costume (LORENÇO e SETTE, 2013).

Em Corumbá encontra-se vários verdurões espalhados pelas ruas da cidade. Os principais são os da rua Cabral com a rua Firmo de Matos, o Verdurão da Cabral na rua Cabral próximo à rua Sete de Setembro – ambos na região central - e o verdurão da rua Dom Aquino, esquina com a rua Edu Rocha - região Oeste da cidade. Neles sempre se encontra frutas da estação, folhosas e legumes.

3.4 As hortas urbanas

Neste subcapítulo abordaremos a agricultura urbana ou hortas urbanas, observando a diferenças entre a agricultura urbana e a periurbana, assim como sua origem, contribuições para

com a segurança alimentar e a renda familiar, educação ambiental e o lazer. Discutiremos ainda sobre o seu papel para a sustentabilidade ecológica e social.

A agricultura acontece em sítios urbanos desde o aparecimento das primeiras cidades. Com a evolução do sistema de produção e das relações comerciais, veio o capitalismo acompanhado da divisão do trabalho, especializações das funções e urbanização das cidades. Aliado ao rápido crescimento urbano surgem as metrópoles, que estabelecem em torno de si uma centralização econômica, atraindo pessoas, capitais e investimentos. Apesar de toda essa modernização, ainda é possível constatar a insistência de ruralidades nesses espaços urbanos das cidades através das hortas urbanas, como expressão dessa ruralidade e com função fundamental de qualidade de vida e autoconsumo de uma parcela da população urbana.

Madaleno (2001) indica que a agricultura urbana não é um fenômeno recente nas cidades. As primeiras iniciativas com caráter social originadas na Europa durante o século XVIII em resposta ao desemprego causado pela migração da população rural para as áreas urbanas que precisava satisfazer a necessidade humana básica de se alimentar para sobreviver (MATOS, 2010).

Feiden, Andrade Junior e Cavassa (2007) consideram que os termos “agricultura” e “urbano”, historicamente, são opostos. No entanto, nos últimos anos começou-se a ouvir a expressão “agricultura urbana”, pois o cultivo de hortaliças nas cidades foi estimulado desde a década de 1980 na América Latina, África e Ásia como uma estratégia de sobrevivência e redução da pobreza (MAXWELL, 1995; BRYLD, 2003).

A maior diferença entre a agricultura urbana e a rural é a primeira acontecer em um ecossistema econômico urbano, não se resumindo apenas à localização urbana. As possibilidades de atividades são variadas, desde o cultivo intensivo em hortas urbanas até a pesca e criação de animais de pequeno porte. Ela ainda pode ser classificada, de acordo com a sua localização nas cidades, em periurbana e intraurbana ou urbana - quando se realiza na periferia/entorno e dentro das cidades, respectivamente (MOUGEOT, 2000). De acordo com outros autores a área periurbana tem uma definição mais complexa pela indefinição de limites, pois está próxima às cidades, mas pode variar dezenas quilômetros dependendo da infraestrutura e custos de transporte (MACHADO e MACHADO, 2002).

Nesse contexto, nos referimos com o termo “hortas urbanas” a pequenas áreas de cultivo situadas dentro dos limites da cidade - cultivados por pessoas que, geralmente, vivem e trabalham nas cidades -, enquanto a agricultura periurbana se estabelece numa região equidistante entre o urbano e o rural. São conceitos que diferem ainda mais quando falamos no tipo de produção, escala de produção e comercialização.

O conceito de agricultura urbana é ampliado ao se analisar as contribuições de sua prática tanto para a saúde humana quanto para o meio ambiente (DIAS, 2000). Além de melhorar as condições de segurança alimentar e nutricional dos mais vulneráveis, através do estabelecimento de hortas, ainda se relaciona ao desenvolvimento da biodiversidade e proporciona melhor aproveitamento dos espaços, colaborando para o manejo adequado, eficiente e sustentável dos recursos naturais e insumos locais (MOUGEOT, 2000).

As hortas urbanas podem ser desenvolvidas em qualquer lugar, desde uma varanda de apartamento, quintal de casa⁶, terrenos baldios como também em áreas públicas e/ou privadas, respeitando o ecossistema, contribuindo para a promoção de cidades ecológicas e produtivas que respeitam a diversidade sociocultural. Diante das possibilidades, a Organização das Nações Unidas para Alimentação (FAO) sugeriu a expressão e a vinculou a pequenas áreas estabelecidas dentro ou nas proximidades da cidade destinadas a cultivos agrícolas e criação de pequenos animais, incluindo ainda atividades pesqueiras e florestais para consumo próprio ou para venda em mercados locais (MACHADO e MACHADO, 2002).

A agricultura urbana surge no Egito com os grandiosos jardins dos templos, durante a Idade Média ela se associou as hortas públicas. Com a chegada do Renascimento as hortas e jardins se espalharam e expandiram com ampla variedade de árvores e hortaliças sendo retratados muitas vezes por artistas da época, como em “El Jardín de las Delicias” de Jerónimo Boch (El Bosco). Nestes períodos suas funções eram de fornecer alimento, sombra e conhecimento (JANICK, 2010; ZAAR, 2011).

Em meados do século XIX até a primeira metade do século XX muitas hortas urbanas se instalaram por causa dos períodos de escassez de alimentos. No decorrer desse período, com o rápido crescimento urbano, a agricultura urbana começou a ganhar novas funções com o nascimento dos parques públicos para a prática de exercício, a fim de melhorar a saúde da população e o resgate da ligação entre os moradores da cidade com a natureza, além da função de educar crianças sobre como preservar a natureza nas cidades (MENDES, 2012).

Nas últimas décadas o crescimento urbano mundial vem transformando o perfil da população, que antes era primordialmente rural. Para o desenvolvimento socioeconômico urbano torna-se fundamental a ideia de sustentabilidade urbana através da manutenção de ecossistemas e biodiversidade, desta forma a agricultura urbana torna-se uma alternativa de vinculação entre políticas sociais e ambientais, buscando o resgate da cidadania e da sustentabilidade desse ecossistema (ARRUDA, 2006).

⁶ Quando tiver viés econômico, geração de renda. Caso contrário, ela será um quintal produtivo que atende a necessidade de uma família.

Em meados da década de 1990 a noção de agricultura urbana chega ao Brasil voltada para a implantação de hortas comunitárias visando a segurança alimentar e melhor condição nutricional daqueles que a praticam. No cenário atual as hortas urbanas não estão voltadas apenas para a subsistência, mas também para a geração de trabalho e renda de grupos socialmente vulneráveis. Há ainda produtores urbanos que focam na produção para comercialização, constituindo redes de comercialização de circuito curto agregando mais valor ao seu produto (FROEHLICH e CONCATO, 2016).

Além de estar ligada a questões como desenvolvimento territorial sustentável, segurança alimentar, agricultura ecológica, conforto térmico, geração de renda, educação ambiental, qualidade de vida, as hortas urbanas ainda podem ser consideradas ambientes que estimulam as relações sociais e interpessoais onde os produtores trocam conhecimentos e aprendem a trabalhar em equipe tirando proveito de toda área disponível. (FREDDI, 2015). Apesar de todas as vantagens apresentadas pela agricultura urbana, no Brasil, ela está quase sempre direcionada ao direito humano à alimentação adequada. Isso contribui para o seu avanço e desenvolvimento através de programas e políticas públicas implementadas pelo governo.

Em 2007, no município de Corumbá havia cerca de 30 famílias, cadastradas na Secretaria Municipal de Saúde⁷, dedicadas ao cultivo de hortícolas e folhosas em hortas urbanas (FEIDEN, ANDRADE JUNIOR e CAVASSA, 2007). Porém, com a retomada do crescimento da cidade em 2010 e a implementação das políticas públicas como o Programa de Aquisição de Alimentos do Governo Federal (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escola (PNAE) muitos perderam seus lotes para novas construções ou sucumbiram a concorrência dos agricultores familiares em seus lotes de assentamentos com área maior para cultivo e menor custo com gasto de água (FEIDEN e COSTA, 2017).

Atualmente a Secretaria da Agricultura Familiar está levantando dados sobre as hortas urbanas que ainda existem na cidade para registrar as famílias responsáveis pelos cultivos e o que está sendo cultivado (Quadro 2). Algumas hortas são bastante conhecidas em Corumbá. Duas estão às margens da BR 262, no Bairro Popular Nova, com produção familiar. Nas proximidades encontra-se a horta empresarial do supermercado MS Frios. No bairro Cervejaria foram cadastradas duas hortas particulares, na área da Cacimba da Saúde (Figura 6). A secretaria ainda encontrou hortas quilombolas na rua 13 de Julho próximo ao 17º Batalhão de Infantaria de Corumbá (Figura 7). Cadastraram também as hortas do Borrovisk. No momento

⁷ O cadastro é feito por questões de sanidade devido aos contaminantes da cidade como a água utilizada e os metais pesados jogados pelos carros (gás carbônico e dióxido de carbono, por exemplo).

eles ainda verificam a presença e funcionamento de outras hortas nos bairros Dom Bosco, Universitário, perto do edifício Paiaguás (Figura 8) e outra no Cristo Redentor.

Quadro 2: Localização das Hortas Urbanas

Hortas urbanas / Localização	Tipo
Bairro Popular Nova	Empresarial
Bairro Popular Nova	Familiar
Cervejaria	Particular
Rua 13 de Julho	Quilombolas
Paiaguás	Familiar
Borrovisk	Sem informação
Dom Bosco	Sem informação
Universitário	Sem informação
Cristo Redentor	Sem informação

Fonte: Trabalho de campo, 2021.

Figura 6 - Hortas Urbanas de Corumbá - Cacimba



Fonte: CAVASANA e CHAGAS, 2021.

Figura 7 - Hortas Urbanas de Corumbá - Quilombola



Fonte: CAVASANA e CHAGAS, 2021.

Figura 8 - Hortas Urbanas de Corumbá – Paiaguás



Fonte: CAVASANA e CHAGAS, 2021.

Na orla da Laguna Cáceres, em Puerto Suárez, existem hortas urbanas com fins comerciais, que são as maiores abastecedoras de alface, cebolinha, salsa, couve, dentre outras

folhosas de Corumbá (Figura 9). São hortas especializadas e concentradas num *continuum* territorial. Existem outras dispersas em Puerto Quijarro e nos arredores de Puerto Suárez.

Figura 9 - Horta urbana em Puerto Suárez.



Autor: Alberto Feiden, 2018.

A agricultura urbana apresenta inúmeras vantagens. Cabe ressaltar que sua prática sem os cuidados técnicos e fitossanitários necessários pode provocar danos a sociedade. A irrigação realizada com água inadequada e o uso indiscriminado dos produtos químicos podem contaminar o solo, o lençol freático, os alimentos e por fim o próprio ser humano (RESENDE e CLEPS JÚNIOR, 2006).

Reconhece-se, neste trabalho, a importância da agricultura urbana na oferta de hortaliças para a cidade. Entretanto, ela não é perene e, o tempo todo, conviverá com os riscos da valorização imobiliária.

Os clamores dos empreendimentos imobiliários podem limitar o tempo de duração/permanência de hortas urbanas.

3.5 A agricultura familiar dos assentamentos rurais

A este trabalho interessa conhecer mais de perto as possibilidades, dentro das próprias características, dos agricultores familiares dos assentamentos rurais de Corumbá e Ladário atenderem as demandas por hortaliças dos restaurantes da cidade de Corumbá. Dessa forma, adotar-se-á a denominação de agricultura familiar por conta das políticas públicas existentes e entender que se encaixa melhor na pesquisa.

De acordo com Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO), “a agricultura familiar é uma forma de classificar a produção agrícola, pesqueira, pastoril e aquícola que é conduzida e operada por uma família e que depende principalmente de mão de obra familiar, incluindo tanto mulheres como homens” (FAO, 2017).

Leva-se em consideração apenas os agricultores que atuam no meio rural, pois a elaboração de políticas públicas pressupõe o atendimento a esse espaço geográfico. Em acordo com a Lei nº 11.326/2006, no Brasil:

[...] considera-se agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos: (I) não detenha, a qualquer título, área maior do que quatro módulos fiscais; (II) utilize predominantemente mão-de-obra da própria família [...]; (III) tenha renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento (BRASIL, 2006).

De acordo com Hecht (2000, p. 52), “a agricultura familiar caracteriza uma forma de organização da produção em que os critérios utilizados para orientar as decisões relativas à exploração não são vistos unicamente pelo ângulo da produção/rentabilidade econômica, mas considera também as necessidades objetivas da família”. Nesse modelo de produção não há separação entre a gestão e o trabalho, sendo ambos realizados pelos membros da família detentora do lote.

Os principais entraves de produção dos agricultores familiares estão na escassez de recursos próprios ou de financiamento, assistência técnica deficitária, problemas com a regulamentação de subprodutos (do leite, frutas, verduras, legumes) semiprocessados e dificuldades de acesso ao mercado (SOUZA et al., 2011; PAULA, KAMIMURA e SILVA, 2014).

Entretanto, a outra possibilidade de abastecimento dos restaurantes é a produção da agricultura familiar local. Aparentemente, a produção dos assentamentos rurais não é suficiente para abastecer a cidade, deixando a população e o comércio local descobertos quanto a oferta. Na verdade, a venda direta depende muito mais da capacidade de organização dos agricultores familiares do que, propriamente, do sistema de produção. Empiricamente não se observa venda direta de produtos hortícolas. Ao observar os trabalhos de extensão da Embrapa Pantanal,

AGRAER (Agência de Desenvolvimento Agrário e Extensão Rural) e Campus do Pantanal (CPAN) da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) é possível perceber uma razoável variedade de produtos hortícolas cultivados pelos assentados do Taquaral, Tamarineiro I e II e 72. Observa-se perspectiva de mudanças na condução de alguns plantios, com tendência para transição agroecológica, com a finalidade da certificação como orgânicos e agregar valor e qualidade aos seus produtos.

Os assentamentos rurais de Corumbá e Ladário se formaram por meio de ações da reforma agrária realizada pelo INCRA a partir da década de 1980, como estratégia do governo para reduzir os conflitos sociais por terra (GIRARDI, 2009), bem como para manter a proteção e segurança dos limites nacionais. Como as terras fronteiriças oferecem pouca infraestrutura, seu valor é mais baixo quando comparado a assentamentos feitos em outros locais (MICHELOTTI et al., 2007). Isto posto, percebe-se instalações e serviços básicos precários (saúde, oferta de água, segurança pública e educação) prestados à população que reside nessas áreas até os dias de hoje limitando a qualidade de vida, as alternativas de produção e o desenvolvimento desses territórios rurais (SABATEL, ZARATE e COSTA, 2011).

A área rural de Corumbá é formada pelos assentamentos rurais: Tamarineiro I, Tamarineiro II, Paiolzinho, Taquaral, e os mais afastados, São Gabriel, Urucum e Mato Grande. O município de Ladário possui apenas um, o assentamento 72 (Figura 10).

Figura 10 - Localização dos assentamentos rurais de Corumbá/MS e Ladário/MS



Fonte: CONCEIÇÃO (2016, p. 52).

Em razão da desapropriação de terras e a ocupação da região fronteiriça em detrimento da segurança nacional, os assentamentos de Corumbá tiveram sua organização em épocas diferentes (Quadro 3).

Quadro 3 – Assentamentos de reforma agrária nos municípios de Corumbá e Ladário - MS.

Assentamentos	Ano de Criação	Tamanho da Área (Hectares)	Área de Preservação Permanente (APP)	Número de Famílias Assentadas	Média de Hectare por Família
Tamarineiro I	1984	3.812	461	134	25,00
Urucum	1986	1.962	s/i	87	22,55
Mato Grande	1987	1.264	91	50	23,46
Taquaral	1989	10.426	3.434	394	17,74
Tamarineiro II	1995	10.635	1.937	319	27,26
Paiolzinho	1996	1.198	70	70	16,11
72	1998	2.341	733	85	18,91

São Gabriel	2005	4.683	1.709	272	10,93
-------------	------	-------	-------	-----	-------

Fonte: PRAs e PDAs. Organizado por CONCEIÇÃO, C.A. (2015, p.51).

s/i = sem informação.

O Tamarineiro I foi criado pelo INCRA em 1984, antes da implantação do Programa Nacional de Reforma Agrária da Nova República de 1985, previsto no Estatuto da Terra de 1964 (VARGAS, 2011), apontando o início da reforma agrária no Estado. Suas 134 unidades agrícolas foram redimensionadas em 126 lotes que contém entre 14 e 30ha (SABATEL, 2013). Elas foram ocupadas por antigos moradores da fazenda, bem como por famílias oriundas de conflitos sociais por terra da região de Naviraí/MS. Seu acesso se dá pela estrada do Jacadigo aproximadamente a 2 Km posto aduaneiro, no limite entre Corumbá-Brasil e Puerto Quijarro-Bolívia (CARDOSO et al., 2002).

Os primeiros produtores enfrentaram muitas dificuldades conseguindo plantar apenas milho e mandioca para consumo próprio. O solo é fértil, mas os cultivos sofrem com a deficiência hídrica dificultando a produção continuada e a inclusão dela no mercado local (CARDOSO, 2002). Para Sabatel (2013, p. 62), “o assentamento Tamarineiro I é considerado emancipado⁸ pelo INCRA e alguns assentados possuem o título definitivo da terra”. Sua produção tornou-se diversificada por causa das famílias oriundas de Naviraí que tinham tradição agrícola, para subsistência. As principais atividades agrícolas realizadas no Tamarineiro I são a pecuária, com destaque para a leiteira, e horticultura em alguns lotes, destinadas ao consumo familiar e venda somente dos excedentes.

O assentamento Urucum se encontra as margens da BR 262. Foi criado para reassentar, principalmente, famílias que tiveram suas terras inundadas pela hidrelétrica Itaipu, no Estado do Paraná. Suas unidades possuem cerca de 25 ha, e é emancipado desde o ano 2000. Inicialmente enfrentou dificuldades com infraestrutura, pois estava despreparado para a quantidade de pessoas que chegaram (87 famílias), além de problemas com o clima e abastecimento de água (CARDOSO, 2013).

De acordo com Conceição (2016, p. 53) “o terceiro assentamento criado foi o Mato Grande, em 1987, com 50 famílias. Apresenta solos férteis, favoráveis à prática da agricultura. Tanto que na década de 1990 se tornou grande produtor de feijão do município, chegando a realizar, por anos consecutivos, a festa do feijão”.

⁸ Assentamentos são considerados emancipados pelo INCRA quando não estão mais sob seu domínio por estarem aptos a se integrar a economia do município onde foi implantado. Em outras palavras, quando os assentados recebem título de propriedade do lote.

O assentamento Taquaral está localizado a menos de 10 km na direção Sudoeste da cidade de Corumbá”. Foi criado depois de movimentos sociais apoiados pela Comissão Pastoral da Terra (CPT), com 394 unidades rurais, no sistema de agrovilas com áreas definidas para construções coletivas, moradia e cultivo. Em seu território encontra-se um posto de saúde, Escola Municipal Rural Polo Monte Azul, quadra de esportes, ônibus escolar e linha de ônibus municipal urbana-rural (CONCEIÇÃO, 2016).

A área do assentamento Tamarineiro II foi estabelecida em 1995 com 428 unidades agrícolas após quatro anos de disputas pela terra passando por consecutivas ocupações e despejos, contando com o apoio do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e da Fetagri (VARGAS, 2011).

O Paiolzinho, criado em 1996 com 72 loteamentos variando entre 14 e 30 ha, tem seu acesso através da rodovia federal Ramón Gomes. Como as terras do Paiolzinho ficam dentro do perímetro do Tamarineiro II, houve um desdobramento em Tamarineiro II Norte e Tamarineiro II Sul. Em seu território encontra-se a Escola Polo Rural Paiolzinho e quadra de esportes. Em 1998, os solos desses assentamentos ficaram encharcados devido à grande pluviosidade ocorrida e foi necessário o remanejamento de algumas famílias e redimensionamento das unidades. Desta forma, o que antes eram 500 lotes se tornaram 386 entre o Tamarineiro Norte e Sul, e o Paiolzinho ficou com 70 lotes (SABATEL, 2013).

O assentamento 72, criado em 1998, foi dividido em 85 lotes rurais e passou por dificuldades durante a sua organização, pois o número de lotes não era suficiente para as famílias que aguardavam pela sua implantação. Os camponeses eram provenientes das colônias tradicionais do Pantanal de Paiaguás que sofriam com as enchentes (CONCEIÇÃO, 2016).

O assentamento São Gabriel é o mais novo na região fronteira. Encontra-se as margens da BR 262, aproximadamente a 50km da sede do município de Corumbá, sendo o mais distante do centro. Criado em 2005, pelo INCRA, com área para plantio individual e área coletiva com lotes contendo aproximadamente 4ha (FEIDEN et al., 2014) precisou passar por uma nova divisão das unidades. “Lá, 80% das famílias assentadas são oriundas da própria região” (CONCEIÇÃO, 2016).

Na prática, a agricultura realizada pelos assentamentos rurais de Corumbá consiste em técnicas passadas de uma geração a outra, sem muito apoio técnico. Uma luta pela subsistência familiar na busca de transformar terras devolutas em solo produtivo e gerador de renda, tanto para a família produtora, quanto para o município. Eles ainda suprem a necessidade de ocupação da fronteira ajudando na questão de soberania e segurança da nação.

4 LOGÍSTICA DE COMPRAS DE HORTALIÇAS PELOS RESTAURANTES DE CORUMBÁ E AS CAPACIDADES DE OFERTA DA AGRICULTURA FAMILIAR

Nesta seção apresenta-se os resultados da pesquisa de campo a fim de esclarecer quais são os produtos hortícolas mais adquiridos pelos restaurantes corumbaenses, a origem desses produtos, entre outras informações pertinentes a logística das hortaliças do campo a cozinha dos estabelecimentos. Mostra-se, ainda, os diferentes pontos de vista sobre a oferta da produção e uma breve comparação entre agricultura convencional e agricultura agroecológica a fim de esclarecer a diferença entre elas.

4.1 As hortaliças adquiridas pelos restaurantes, origem e logística

O caminho percorrido pela produção do campo até o cliente é chamado de canal de comercialização. Segundo Santos (2008, p. 56), “circuitos espaciais de produção seriam as diversas etapas pelas quais passaria um produto, desde o começo do processo de produção até chegar ao consumo final”. O estudo deles se faz presente na pesquisa, pois um dos objetos do estudo é desvendar a origem e a logística do produto com a finalidade de entender a sua influência no mercado local e as relações estabelecidas com a sociedade em questão. Dentro deste circuito considera-se a produção, a distribuição, consumo e troca das mercadorias em um movimento constante (CASTILLO & FREDERICO, 2010, p. 464).

Esses circuitos espaciais de produção são formados por atividades produtivas primária e são marcados pelos fixos (estradas, silos, terra, pontes) e fluxos (maquinário, sementes, fertilizantes) que interligados são capazes de garantir a produção, circulação e consumo (SANTOS, 1999) nos levando diretamente a questão do território e seu uso, podendo ele caracterizar determinadas dinâmicas territoriais englobando e articulando todas as etapas do processo produtivo sem setorizar a economia.

Ligada a teoria dos circuitos espaciais de produção temos a teoria dos circuitos da economia urbana voltada para explicar a urbanização, a compreensão do espaço humano, como estrutura social e interdependente da tecnologia nos países subdesenvolvidos sugerindo a existência do circuito superior e inferior (SANTOS, 1986; 1979). O circuito superior é caracterizado pelo uso da tecnologia, modernização, fluidez e flexibilidade sendo “constituído pelos bancos, comércio e indústria de exportação, indústria urbana moderna, serviços

modernos, atacadistas e transportadores” e o Estado. O circuito inferior opera em escala menor, caracterizado pelo uso intenso de mão de obra, com predominância da economia informal. Apesar disso “é bem enraizado, mantém relações privilegiadas com sua região. Cada circuito forma um sistema, isto é, um subsistema do sistema urbano” (SANTOS, 1979, p. 16-31).

Assim, é possível compreender que a atividade da agricultura familiar realizada nos assentamentos rurais de Corumbá faz parte do circuito inferior, pois não há emprego de tecnologia, usa intensivamente mão de obra, trabalha com matéria-prima em escala local. Os supermercados, por sua vez, transitam entre os dois circuitos já que vendem formalmente em suas grandes lojas, mas podem comprar informalmente no circuito inferior.

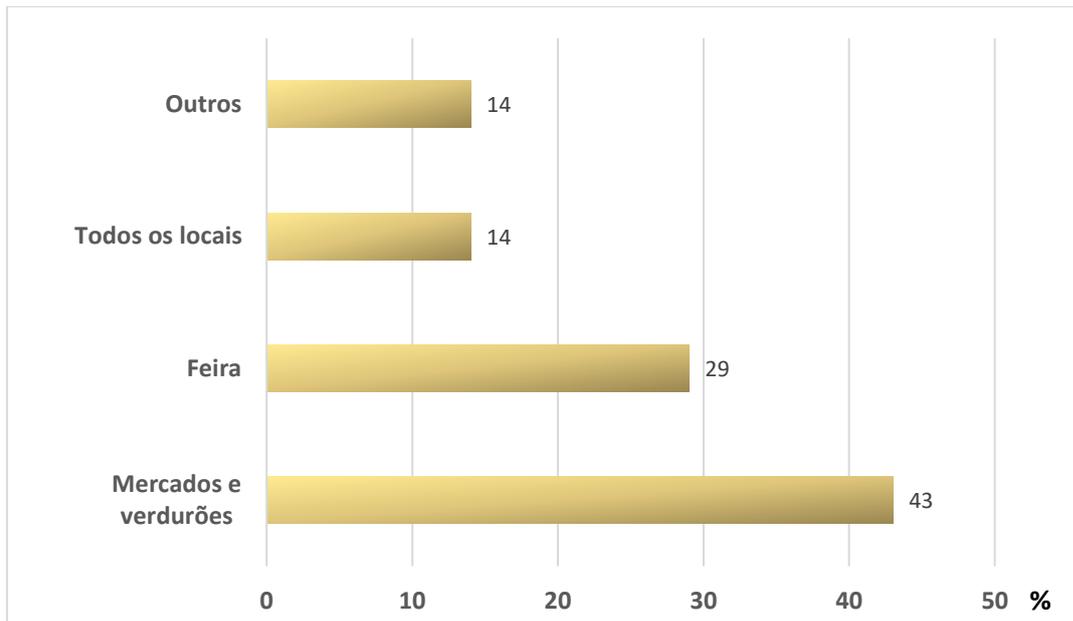
Mesmo nos circuitos inferiores todas as etapas do circuito espacial de produção são cumpridas. Em se tratando de produtos *in natura* da agricultura familiar em escala regional observa-se que as cadeias curtas (locais ou regionais) são mais apropriadas para a manutenção das propriedades físicas e qualidade do alimento.

Foram entrevistados o responsável pela compra de alimentos de oito restaurantes de Corumbá, conforme descrito nos procedimentos metodológicos. São eles: Delícias, Dolce Café, Espeto de Ouro, Gaúcho, Gloria Grill, Humaitá, Laço de Ouro, Migueis e Rodeio. Para evitar a exposição ou identificação dos restaurantes e garantir a preservação de sua identidade adotou-se os procedimentos seguintes: a) escreveu-se o nome de cada um em um pedaço de papel; b) colocou-se em um recipiente e misturou-se várias vezes; c) sorteou-se um a um; d) atribui-se a “letra A” para o primeiro sorteado, B para o segundo sorteado e assim sucessivamente até que se esgotassem os nomes. Dessa forma, a ordem representada é aleatória e não identifica uma sequência alfabética.

A pesquisa realizada em campo possibilitou o conhecimento das necessidades e queixas, bem como da logística utilizada pelos restaurantes corumbaenses em relação a aquisição das hortaliças utilizadas em seus estabelecimentos.

Antes da pandemia do SARS-COV2 todos adquiriam as hortaliças nas feiras livres de Corumbá, verduras e muito pouco em supermercados por uma questão de custo/benefício. Com o advento da Covid 19 essa prática teve que ser modificada, já que as feiras tiveram seu funcionamento proibido a fim de evitar aglomerações. Desta forma, os restaurantes passaram a realizar suas compras apenas nos verdurões e nos supermercados que lhes oferecem melhor preço demonstrando não possuir um estabelecimento de compras padrão (gráfico 1).

Gráfico 1 - Locais de compras das hortaliças pelos restaurantes de Corumbá, 2020.



Fonte: pesquisa de campo, 2020.

Apenas os entrevistados dos restaurantes C, E e F declararam se manter fixos aos locais de compra e somente o E afirmou ter “fechado parceria” com um supermercado local comprando sempre no mesmo empreendimento durante o período de pandemia, até o momento.

Todos os entrevistados relataram escolher seus produtos de acordo com o preço e a qualidade visual, levando em consideração o custo-benefício da compra, já que o mercado é flutuante e a oferta varia. Mais recomendável seria escolher os produtos de acordo com a origem e tipo de cultivo visando um alimento mais saudável e livre de agrotóxicos.

Entre os restaurantes visitados constatou-se a preferência pelas seguintes hortaliças: alface, rúcula, coentro, cebolinha, agrião, salsa, almeirão, acelga e couve. Porém, nem todos adquirem todas as hortaliças mencionadas. Apenas o entrevistado do restaurante D, tem como carro chefe do estabelecimento as saladas, embora o restaurante B tenha uma oferta variada e se preocupe com refeições para um público com restrições.

Alguns entrevistados (30%) encontraram dificuldades em fazer uma estimativa da quantidade comprada por causa da redução da demanda durante a pandemia e outros devido ao grande volume de produtos comprados (Quadro 4).

Quadro 4. Estimativa de quantidade por dia e frequência de compra.

Restaurante	Produto**/Dia	Frequência de Compra
A	Alface* Rúcula* Couve*	3 vezes por semana
B	Alface 12** Rúcula 12** Couve*	3 a 5 vezes por semana
C	Alface 15** Rúcula* Couve*	Diária
D	Alface* Rúcula 8** Couve 5**	Diária
E	Alface 7** Rúcula* Couve*	Diária
F	Alface 15** Rúcula 5** Couve 1**	Diária
G	Alface 5** Rúcula 5** Couve*	Diária
H	Alface* Rúcula* Couve*	Diária
I	Alface* Rúcula* Couve*	Diária

Fonte: pesquisa de campo, 2020.

* sem quantidade definida pelo estabelecimento comercial

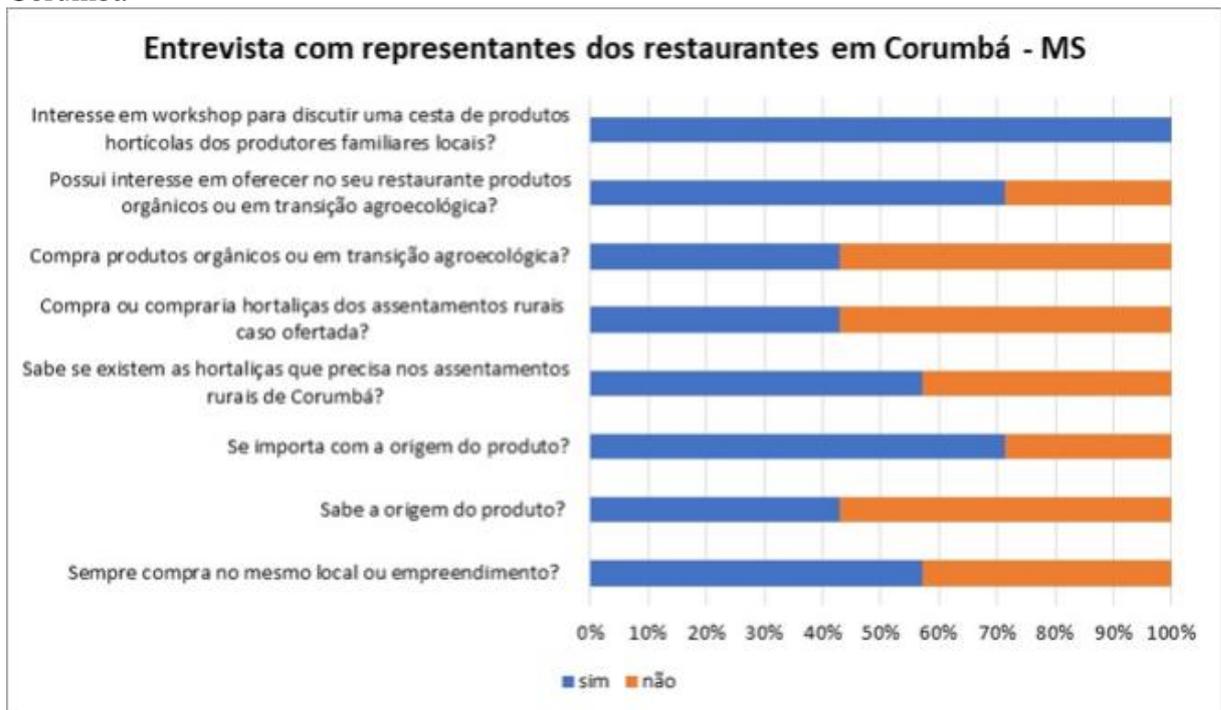
** número de pés/maços adquiridos pelo estabelecimento comercial

Ainda de acordo com as entrevistas verificou-se o pouco interesse sobre a origem dos produtos, pois como eles fazem uso de sanitizantes julgam desnecessário saber a procedência da mercadoria (Quadro 2). Saber a origem do que se come vai além da higiene visto que pode envolver o uso indiscriminado de agrotóxicos altamente prejudiciais a saúde como também trabalho escravo. Apenas o entrevistado do restaurante C disse conhecer a origem e dar preferência a produtos hidropônicos⁹ por serem mais “saudáveis”. Somente o restaurante D prioriza produtos orgânicos ou em transição agroecológica e cultivados na região. O restaurante F sabe da procedência das hortaliças compradas nas feiras livres da cidade. Os outros desconhecem a origem dos produtos comprados, sabendo apenas que vem da CEASA de São Paulo. A metade dos entrevistados disseram não se importar com a origem do produto por ter

⁹ Produtos hidropônicos são alimentos cultivados diretamente na água, geralmente dentro de estufas. É um meio de cultivo sustentável, mas não deve ser confundido com produção orgânica ou agroecológica pois ainda é um processo que utiliza produtos químicos para o controle de pragas e doenças.

em seu estabelecimento um método próprio de sanitização, além do “controle de qualidade visual das embalagens”. O desconhecimento da origem dos produtos hortícolas impacta na desvalorização dos produtos da AF e sobretudo, sustenta a oferta de produtos de qualidade entre os produtos convencionais e orgânicos/agroecológicos. Neste caso, quando existe falta de informação no mercado, o preço baixo passa a ser a medida adotada pela maioria.

Gráfico 2 - Caracterização do interesse de compra dos representantes dos restaurantes de Corumbá



Fonte: pesquisa de campo, 2020.

Sobre a oferta das hortaliças pelos assentamentos corumbaenses, 50% deles sabem da existência de cultivo pelos assentados rurais. Os entrevistados A e G desconhecem a produção. Os restaurantes F, B e D compram as vezes e, o C e o H disseram que podem comprar produtos dos assentamentos, se o preço compensar. A dificuldade relatada pelo restaurante D é a falta de preço competitivo oferecida pelos agricultores familiares ao seu estabelecimento e o tamanho do maço reduzido. O estabelecimento E reclamou da descontinuidade da oferta que prejudica o andamento dos pedidos e cronograma do restaurante, além do preço.

Ao perguntar sobre a oferta de produtos orgânicos ou em transição agroecológica, apenas os restaurantes B e D relataram, de vez em quando, ofertar ao seu público. Porém, o A, C e o H disseram ter interesse em ofertar esse tipo de produto em seus estabelecimentos. O restaurante E afirmou conhecer bem, mas que não inclui nas suas aquisições por causa do preço 30% mais alto que o cultivado na agricultura tradicional. A pesquisa de campo apontou que

20% dos entrevistados desconhecem o que são produtos orgânicos e, conseqüentemente, seus benefícios a saúde humana e manutenção do meio ambiente. Por se tratar de um produto com valor mais elevado encontra resistência nos estabelecimentos na hora de sua aquisição, pois não é toda clientela que valoriza esse tipo de produto, conhece e está disposta a pagar seu preço. Desta forma os produtos agroecológicos ou orgânicos acabam perdendo espaço de comercialização.

Sobre o interesse dos restaurantes em participar de um Workshop para discutir uma cesta de produtos hortícolas dos produtores familiares locais, 90% deles afirmaram ter interesse em participar por ser uma ideia atraente para girar a economia local, para valorizar o que é da terra, melhorar a qualidade do que será ofertado em seus restaurantes e reduzir custos. Mas nem todos estão dispostos a trabalhar juntos por questões pessoais.

4.2 A visão das instituições de pesquisa e extensão rural sobre a capacidade de oferta de hortaliças pelos assentamentos rurais

Foram entrevistadas as duas representantes de instituições governamentais ligadas diretamente ao trabalho e desenvolvimento da agricultura familiar, notadamente da AGRAER e da SEAF.

A representante da AGRAER informou que a produção de hortaliças dos assentamentos rurais não atenderia a demanda dos restaurantes de Corumbá, sendo contrariada pela posição da SEAF que acredita que eles possuem condições de atender essa demanda. A primeira entende ser necessário um investimento pelos agricultores em tecnologia (como, por exemplo, produção vegetal em ambientes protegidos), melhoria da qualidade dos produtos, produção em entressafas e na produção diversificada de hortaliças. A segunda acredita que para assegurar as vendas aos restaurantes basta, simplesmente, a abertura deles para a recepção dessa produção. Com o aperfeiçoamento das técnicas agrícolas, investimento, demanda e organização a agricultura familiar da região seria capaz de suprir a necessidade dos restaurantes da cidade. Entende-se que a organização deficitária dos agricultores é o principal gargalo ao atendimento das demandas aos restaurantes. Soma-se a isso o desconhecimento de sua produção pelos restaurantes.

Há um calendário agrícola local pronto e atualizado na AGRAER, que presta serviço de extensão rural através de elaboração de projetos e atendimentos relacionados ao crédito rural. A secretaria da agricultura, por sua vez, presta assistência técnica com acompanhamento e

especificações para o plantio e condução do cultivo. Conta com poucas pessoas para realização do serviço, apenas um engenheiro agrônomo e um engenheiro agrícola. Além do pouco apoio técnico outras dificuldades atrapalham a produção de hortaliças como as condições climáticas, dificuldade de escoamento e a produção (informação oral).

No tocante as associações de produtores rurais, a secretaria contabiliza apenas cinco enquanto a AGRAER reconhece a existência de dez em pleno funcionamento e que podem ser utilizadas como canais de comercialização. Cabe destacar que a AGRAER sedia e está na presidência do Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável (CMDRS) de Corumbá e, por isso, possui maior ligação com as associações rurais do município. Além disso, a AGRAER reconhece as associações internas à APRAC e, por isso, a diferença quantitativa.

Ambas entrevistadas reconhecem a produção local de quiabo e maxixe como produtos regionais com capacidade de entrar no cardápio dos restaurantes, bem como tudo que é produzido localmente. Quanto a estruturação de uma cesta de hortaliças, a representante da AGRAER se mostrou mais cautelosa e preferiu não se arriscar a sinalizar uma sugestão antes de fazer um levantamento do que realmente está sendo produzido e a condição da organização da produção.

Em relação a logística de entrega dos produtos ficou evidente que se trata de uma questão financeira, visto que muitos dos AF não possuem meios de transporte próprio para fazer a entrega de sua produção. A representante da SEAF sugeriu a criação de um banco de alimentos, ou ainda que os restaurantes possam ir até os assentamentos buscar a produção e, garantir a qualidade do transporte dos alimentos.

4.3 A visão das associações de produtores rurais dos assentamentos

Foi entrevistado o representante da associação rural que contempla todas as associações dos assentamentos rurais de Corumbá com a finalidade de identificar a visão dos produtores sobre a produção de hortaliças, demanda e logística na região fronteira de Corumbá. Por causa da dificuldade de comunicação, tanto em função da pandemia de SARS-COV-19 quanto de conseguir o contato telefônico devido ao funcionamento das operadoras de telefonia celular nas áreas rurais, não foi possível entrevistar os representantes de todas as associações.

Inicialmente fizemos um levantamento acerca das associações na AGRAER e na SEAF. Entre elas há diferença nos dados, então optamos por ficar com os dados da AGRAER por serem mais completos, já que eles tratam da parte documental das associações e dos

assentamentos também. São elas: Associação dos Pequenos Produtores da Nossa Senhora Auxiliadora, atendendo ao Tamarineiro II; Associação dos Pequenos Produtores do P.A. Paiolzinho, atendendo ao Paiolzinho; Associação dos Pequenos Produtores do P.A. Mato Grande, atendendo ao Mato Grande; Associação dos Pequenos Produtores do P.A. Urucum, atendendo ao Urucum; Associação da Comunidade Rural do Jacadigo, atendendo ao Jacadigo; Associação dos Pequenos Produtores do P.A. Tamarineiro I, atendendo ao Tamarineiro I; Associação dos Pequenos Produtores Rurais Familiares do P.A. São Gabriel, atendendo ao São Gabriel; Cooperativa dos Produtores Rurais da Agricultura Familiar de Corumbá, Ladário e Região; Associação Trabalhadores Rurais Tamarineiro II e Paiolzinho - ATRAT; Associação da União dos Produtores Rurais do Assentamento Taquaral – AUPRAT- atendendo o Taquaral; Associação dos Apicultores da Agricultura Familiar de Corumbá/MS e para fechar a Associação dos Produtores Rurais de Corumbá – APRAC que representa todas as associações.

De acordo com as entrevistas as principais dificuldades encontradas pela AF para manter o cultivo de hortaliças são o escoamento do produto e a falta de mercado para sua produção.

Quando o assunto abordado é o apoio técnico, é relatado que o SENAR (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural) presta esse serviço apenas para um grupo fechado e a AGRAER só faz a parte burocrática relacionada a DAP (Declaração de Aptidão ao Pronaf). Desta forma, os AF sofrem com a falta de apoio técnico pelos órgãos públicos tendo que procurar agrônomos, técnicos agrícolas e médicos veterinários por conta própria ou em conjunto através das associações.

No tocante a logística, venda direta ou através dos grupos ficou claro que não há uma definição, pois os AF que não tem como levar seus produtos até a cidade diariamente entregam sua produção a atravessadores “bem baratinho”. Os que querem fazer venda direta “dão o seu jeito” de levar até os consumidores. Ainda há a entrega ao PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar), que de acordo com as associações, é onde eles conseguem o melhor preço pela sua produção. Diante do exposto percebemos que mesmo com a presença de tantas associações cada produtor é responsável por comercializar o seu produto e a dificuldade para o escoamento ainda confere uma grande dificuldade para a produção familiar gerando um custo maior ao produto final por precisar passar por atravessadores, alargando a cadeia compra quando na verdade essa cadeia deveria ser curta e acessível.

Ao tratarmos da produção agroecológica foi relatado total desconhecimento desse tipo de produção. Empiricamente sabemos que a produção agroecológica enfrenta muita resistência entre os agricultores tradicionais por não acreditar no potencial e nem na viabilidade da

produção, além de saber que o trabalho com o manejo e o custo final do produto serão maiores. Mesmo enfrentando olhares desconfiados dos vizinhos e a dificuldade que a mudança no manejo impõe temos registro no NEAP (Núcleo de Estudos em Agroecologia e Produção Orgânica do Pantanal) de produção agroecológica entre os agricultores familiares da região que são comercializados em pequenas feiras especializadas em produtos orgânicos ou agroecológicos na sede da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), EMBRAPA e Instituto Federal de Mato Grosso do Sul (IFMS).

Ao falar sobre a organização da associação o representante indicou que trabalha junto com a Secretaria da Agricultura Familiar (SEAF) e AGRAER. Contabilizou mais de 60 famílias fazendo parte da APRAC, mas não estava com a lista em mãos e por isso não tinha exatidão desse número. Ele revelou que há divergência e desencontro de ideias gerando algumas dificuldades, mas que procura trabalhar em conjunto. O representante da APRAC assumiu a associação em junho de 2020 e costuma realizar reuniões a cada três ou quatro meses, estando ela regulamentada com contador e tesoureiro podendo, assim, realizar as vendas sem restrições legais. Em sua estrutura, ela conta com o caminhão baú da SEAF para fazer as entregas da produção.

Quando perguntado sobre o interesse em vender hortaliças direto aos restaurantes e se a AF teria produção suficiente para atender essa demanda afirmou positivamente para as hortaliças alface, rúcula, cebolinha, coentro, salsa e couve. Esta pesquisa sobre os circuitos curtos trouxe como diagnóstico a necessidade de um modelo de negócios dos produtores da AF para ofertar seus produtos para os restaurantes da cidade.

4.4 O diferencial da produção de hortaliças: Agricultura convencional X agroecologia

A prática da agricultura é uma das mais antigas atividades desenvolvidas pelos humanos. Foi no período neolítico que os homens começaram a cultivar plantas e criar animais (CANUTO, 2017). Desde então a agricultura tomou o mundo e transformou o ecossistema. Esse sistema produtivo vem para suprir direta ou indiretamente as necessidades alimentares. Com o advento da revolução agrícola, novos instrumentos foram inseridos nos cultivos visando aumentar a produção e o lucro (MAZOYER, 2010).

Após a Segunda Guerra Mundial aconteceu a chamada “revolução verde”, permitindo a introdução de plantas geneticamente melhoradas, mecanização, uso de inseticidas, fertilizantes e agrotóxicos em larga escala, tudo para aumentar a produção (ASSIS e ROMEIRO, 2002).

A agricultura brasileira passou por diversos ciclos: da cana de açúcar a soja. A adoção da agricultura convencional moderna foi um processo induzido pelo Estado por meio da política de crédito rural subsidiado (1965 a 1980), da criação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa (1972-1973) e o lançamento do Plano Nacional de Defensivos Agrícolas (PNDA) em 1975 (PESSANHA; MENEZES, 1985). Esses são marcos importantes da entrada do país na agricultura moderna ou “convencional”.

Os pilares da revolução verde servem de base para projetos e ações, ligados à agricultura convencional, que segundo Jesus (2005, p. 24) são:

- (i) Pilar da agroquímica: produção de agroquímicos que permitam as restrições ambientais, tanto em relação à fertilidade dos solos, quanto no controle das ervas daninhas, doenças e plantas invasoras; (ii) Pilar da motomecanização: que concedeu a liberação da mão de obra para as indústrias e cidades, de modo a tornar os custos de produção mais baratos, facilitando, assim, a monocultura intensiva e extensiva; e (iii) Pilar da manipulação genética: propiciou trabalhos na direção de plantas e animais de alta resposta aos insumos químicos, contribuindo também para o aumento da uniformidade genética e diminuição de biodiversidade (JESUS, 2005, p. 24).

Esse modelo agrícola se pauta na “[...] maximização da produção e do lucro” desconsiderando outros fatores envolvidos nos processos. De acordo com Gliessman (2008, p. 36) “seis práticas básicas - cultivo intensivo do solo, monocultura, irrigação, aplicação de fertilizante inorgânico, controle químico de pragas e manipulação genética de plantas cultivadas - formam a espinha dorsal da agricultura moderna”.

Nas últimas décadas, quando a monocultura em larga escala usa uma vastidão de produtos químicos e maquinários pesados, exaurindo os solos e causando erosão, a ideia de desenvolver uma agricultura de moldes sustentáveis faz-se necessária para orientar a sociedade a um novo estilo de desenvolvimento.

Os sistemas agrícolas convencionais são ajustados para uma agricultura capitalista que não combinam com a lógica camponesa da maioria dos assentados rurais dessa porção territorial. São esses que, contraditoriamente, predominam no meio rural desta análise. Poucos são as famílias em processos de transição agroecológica.

A agricultura passa por uma nova transição que corresponde a introdução de novos valores no manejo agrícola e no pensamento socioeconômico. Este processo corresponde a uma força socioecológica combinada, a partir da qual as considerações de caráter socioambiental e biofísico assumem papel ativo na determinação das tecnologias agrícolas (BUTTEL, 1994).

Visando minimizar os impactos sociais, econômicos e, principalmente, os ambientais ocasionados pela revolução verde, surge a agroecologia, se contrapondo ao sistema

convencional e enfocando a agricultura sob uma perspectiva ecológica (LIMA e CARMO, 2006).

De acordo com Sevilla Guzmán (2006, p. 202):

La Agroecología puede ser definida como el manejo ecológico de los recursos naturales a través de formas de acción social colectiva que presentan alternativas a la actual crisis de modernidad, mediante propuestas de desarrollo participativo desde los ámbitos de la producción y la circulación alternativa de sus productos, pretendiendo establecer formas de producción y consumo que contribuyan a encarar la crisis ecológica y social, y con ello a restaurar el curso alterado de la coevolución social y ecológica.

Dessa forma ela não se relaciona apenas com a questão ambiental, mas também com as questões sociais. Segundo Altieri (2002), a agroecologia parte de uma crítica severa à agricultura convencional, resgatando, na história, uma série de episódios em que conhecimentos agronômicos desenvolvidos por povos e culturas nativas e sociedades não ocidentais foram obscurecidos e denegridos. Destaca, ainda:

Entre os processos, destaca: (i) a destruição dos mecanismos populares de codificação, controle e transmissão das práticas agrícolas; (ii) as modificações ocorridas em muitas sociedades indígenas não ocidentais e de seus sistemas produtivos, provocadas pelo colapso demográfico, pela escravidão e por processos de colonização e de mercado; e (iii) a ascensão da ciência positivista (ALTIERI, 2002, p. 20).

A base da agroecologia busca compreender a dinâmica e as funções das relações ecológicas existentes dentro de um ecossistema que é o cultivo agrícola. Canuto (2017, p. 149) destaca que “as estratégias para avançar na transição agroecológica são múltiplas e o desenho de sistemas biodiversos é um de seus pilares”.

A transição agroecológica tem por objetivo transformar a agricultura convencional (com uso de agroquímicos) em uma produção que incorpore princípios e tecnologias de base ecológica. Trata-se de uma mudança de atitude e valores quanto ao manejo e conservação dos recursos naturais. Segundo Caporal e Costabeber (2004, p. 11), “incluem tanto variáveis econômicas, sociais e ambientais, como variáveis culturais, políticas e éticas da sustentabilidade, sem dispensar o progresso técnico e o avanço do conhecimento científico”. Esse tipo de produção pode levar a certificação orgânica e criar um nicho de mercado.

A origem da agricultura orgânica remete às décadas de 1920 a 1940 com o pesquisador inglês Albert Howard observando práticas de compostagem e adubação orgânica dos camponeses indianos. Foi seguido pelo pesquisador francês Claude Aubert e as práticas da agricultura biológica; pelo alemão Rudolf Steiner, com as bases da agricultura biodinâmica; pelo japonês Mokiti Okada, com a filosofia da “agricultura natural” e; pelo australiano Bill Mollison, na década de 1970, com a permacultura. Todas essas vertentes se agruparam

formando uma agricultura alternativa, que conhecemos como agricultura orgânica (PENTEADO, 2001).

A agricultura orgânica é um sistema produtivo agrícola pautado na sustentabilidade ecológica, no respeito ao meio ambiente e ao ser humano visando a preservação dos recursos naturais, a qualidade dos alimentos e da saúde tanto de quem produz quanto de quem consome. Para atingir seus objetivos ela lança mão de mecanismos diferentes da agricultura convencional a fim de manter a fertilidade do solo e controlar pragas e ervas “daninhas”, como compostagem, uso de adubos verdes e restos de culturas, manejo e controle biológico de insetos, rotação de culturas e pousio do solo, excluindo todo e qualquer emprego de compostos químicos sintéticos como os agrotóxicos, pesticidas, inseticidas, reguladores de crescimento e aditivos alimentares para a pecuária. Dessa forma ela preserva o solo, a água dos lençóis freáticos e rios, a plantação e ainda mantém o equilíbrio do ecossistema (PENTEADO, 2001).

Desde a década de 1990 a agricultura orgânica vem crescendo tanto em área cultivada quanto em número de produtores e mercado consumidor (QUEIROGA et al., 2018). O Brasil é um grande produtor e a maior parte de sua produção sai de pequenos produtores certificados (SEBRAE, 2019). Apesar disso, o produtor orgânico precisa conseguir a certificação, o selo do orgânico, para diferenciá-lo dos cultivados no sistema convencional e para agregar valor ao seu produto. A certificação, por sua vez, “é um procedimento pelo qual se assegura, por escrito, que um produto, processo ou serviço obedece a determinados requisitos, através da emissão de certificado. Esse certificado representa uma garantia de que o produto, processo ou serviço é diferenciado dos demais” (SOUZA, 2001, p.1).

Esse processo, no Brasil, é realizado através de três instrumentos estabelecidos pela legislação para garantir a qualidade dos alimentos. São eles: a Certificação por Auditoria, os Sistemas Participativos de Garantia e o Controle Social para a venda direta sem certificação (BRASIL, 2020). Isso representa custos adicionais aos pequenos produtores orgânicos, mas necessários para garantir ao consumidor a origem e a segurança do produto. A certificação tem essa funcionalidade.

No Brasil, a certificação começou em meados da década de 1980 e hoje é regulada pela Lei N° 10.831/03, decreto N° 6.323/07, através das Instruções Normativas do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) N° 19/09 (mecanismos de controle e formas de organização); N° 18/09, alterada pela IN 24/11 (processamento); N° 17/09 (extrativismo sustentável orgânico); N° 50/09 (selo federal do SisOrg); N° 46/11 (produção vegetal e animal); N° 37/11 (cogumelos comestíveis); N° 38/11 (sementes e mudas orgânicas); N° 28/11 (produção de organismos aquáticos) (MAPA, 2020).

A produção de alimentos orgânicos marca um crescimento médio de 20% ao ano e alcança mais de 22 mil unidades de produção regularizadas (SEBRAE, 2019). Mesmo assim, a demanda por esses alimentos é ainda maior e revela uma tendência dos consumidores mais preocupados com a qualidade diferenciada do produto, dos riscos à saúde apresentados pelos alimentos cultivados na agricultura convencional, além dos impactos ambientais causados durante o processo produtivo. Este comportamento pode significar a abertura de novos mercados com grande potencial de crescimento econômico para o setor (IPEA, 2020).

O acesso facilitado as informações por meio das tecnologias, ajuda na sensibilização dos consumidores sobre a necessidade de ter um hábito alimentar mais natural e seguro elevando suas exigências quanto ao que se consome, mesmo fora de casa. Desta forma a escolha de alimentos mais nutritivos, provenientes da produção orgânica, tornou-se “popular” e vem se fortalecendo ao longo dos anos (ESCOLA & LAFORGA, 2007).

O consumo de alimentos orgânicos aumenta em diversas partes do mundo, em ritmos diferentes, de acordo com o desenvolvimento do seu mercado (POULSTON, YAU & YIU, 2011; TERRAZZAN & VALARINI, 2009; GIL, GARCIA & SANCHES, 2000). No Brasil o mercado e o consumo são menores e menos desenvolvidos do que o europeu e norte-americano, mas parecem estar seguindo uma tendência semelhante (RODRIGUES et al., 2010; TERRAZZAN & VALARINI, 2009). O aumento deste consumo está relacionado ao perfil do consumidor, à sua cultura e à sua realidade econômica, além do seu senso de responsabilidade com o meio ambiente (BERTOLINI et al., 2013).

Estudos revelam que o grau de escolarização e poder aquisitivo estão diretamente relacionados ao consumo de alimentos orgânicos (MEIRELES et al., 2016).

Em razão do modo de produção, os alimentos orgânicos são considerados mais saudáveis do que os alimentos oriundos da agricultura convencional (RADMAN, 2005), trazendo consigo benefícios não só a saúde de quem consome, mas também a preservação do meio ambiente mostrando-se ser uma opção equilibrada e consciente aos que se preocupam com toda a cadeia produtiva do alimento até que este chegue à sua mesa (DAROLT, 2000). O consumo de alimentos orgânicos vem tomando novas proporções, circulando em diferentes canais de comercialização. Uma parte do seu consumo é realizado em estabelecimentos comerciais especializados em produzir refeições, os restaurantes.

4.5 Restaurantes e as possibilidades de compras de produtos da agricultura familiar de Corumbá

Os restaurantes surgiram no mundo como um lugar para se recuperar as forças através de uma refeição regenerativa (SPANG, 2003), como sugere o termo restaurante que vem do francês *restaurant* que significa restaurador. Com o passar dos anos o seu conceito mudou e hoje são entendidos como locais ou empreendimentos que comercializam refeições variadas com diversos modos de servir (HOUAISS, 2001). Ao tratarmos sobre a sua origem encontramos divergências entre autores¹⁰. O restaurante como é conhecido atualmente, com clientes escolhendo seu prato em um cardápio e aguardando em mesas individuais, nasceu na França em 1765.

A expansão do setor se deu por várias razões. Entre elas destaca-se a Revolução Francesa, o pós-guerra e o aumento demográfico (SAMPAIO, 2012). O ato de sair de casa para comer evidencia uma mudança no estilo de vida representando uma nova dinâmica de interação social (HECK, 2004) além da economia de tempo com o preparo feito fora de casa (REBELATO, 1997; CAÑIZAL, 2010; LIMA FILHO et al, 2010).

Para atender seus clientes de modo a suprir suas expectativas, os restaurantes desenvolveram a *mise-en-place*, que é uma expressão de origem francesa que significa arrumar, colocar em ordem (CASTELLI, 2001), desde a limpeza e arrumação do salão ao preparo antecipado de algumas guarnições a fim de agilizar atendimento ao cliente. Ainda na ideia de satisfação e agilidade há a elaboração de cardápios, acompanhamento dos custos e a escolha dos produtos que serão oferecidos para gerar uma experiência positiva e inspirar confiança fidelizando o cliente.

Diante das novas preferências e referências que vêm se consolidando no mercado alimentício, ter os restaurantes inseridos em uma cadeia curta de comercialização (um sistema de interação mútua entre atores que estão diretamente envolvidos na produção, transformação, distribuição e consumo de alimentos através da venda direta) gera vínculos entre agricultores e consumidores, além de reduzir o custo para os agricultores com transporte e embalagens, para os consumidores primários e secundários (clientes dos restaurantes), também fortalece a economia local com a preservação, criação de empregos e geração de renda para as famílias envolvidas no processo (RENTING; MARSDEN; BANKS, 2017). Para François (2000, p. 13)

¹⁰ Flandrin e Massimo (1998) Spang (2003) nas obras “História da Alimentação e Invenção do Restaurante”, falam da abertura dos restaurantes Champ d’ Oiseaux e Roze de Chantoiseau, respectivamente.

“estas formas de venda, através da ligação estreita que estabelecem entre o território, o cliente e o produto, reforçam o caráter não deslocalizável da produção local”.

Os restaurantes que se propõem a oferecer alimentos orgânicos precisam vestir a camisa da causa, não tratando apenas do cardápio, mas de toda uma estrutura sustentável investindo também em práticas saudáveis como o uso de canudo de inox, guardanapo de tecido e hortas próprias ou pelo menos o hábito de comprar produtos locais (THE FORK, 2018). O custo ainda é o principal desafio para ter restaurantes totalmente orgânicos ou verde, pois a cadeia produtiva dos produtos livre de contaminantes está concentrada para a exportação, a produção é onerosa, precisa diversificar seus produtos e manter regularidade na entrega (MEIRELES et al., 2014).

A inquietação em se alimentar de forma apropriada dentro e fora de casa abre outra oportunidade aos restaurantes através do atendimento ao público com restrições alimentares como os celíacos, intolerantes à lactose, vegetarianos e veganos por meio de refeições formada por alimentos orgânicos variados, da estação e local, tornando o comércio mais atraente ao consumidor que procura ou precisa dessa especificidade. Nesse tipo de restaurante a clientela se interessa sobre a origem dos alimentos que compõe os pratos oferecidos. Baseando-se nisso, o restaurante precisa facilitar o acesso a essas informações nos cardápios, além de erguer uma imagem e marketing fundamentado em ações de divulgação dos produtos orgânicos através dos canais de comunicação dos restaurantes.

Desse modo, é interessante que os restaurantes que comercializam produtos orgânicos verifiquem o perfil dos seus clientes antes de ofertá-los, pois esse tipo de produto possui valor consideravelmente mais alto devido seu modo de produção (BERTOLINI et al., 2013) elevando os gastos dos donos dos estabelecimentos. A possibilidade de compras de produtos hortícolas da agricultura familiar local pelos restaurantes foi pensada a partir das falas de alguns sujeitos interessados e da necessidade de fortalecer a agricultura familiar.

Durante a fase de entrevistas teve-se o cuidado de informar aos entrevistados que as informações adquiridas seriam utilizadas para conhecer as dificuldades do dia a dia e os seus interesses a fim de buscar melhorias e potencializar o comércio dos produtos da AF.

Trabalha-se com a produção de hortaliças pelos agricultores familiares dos assentamentos de Corumbá e com a chance de abertura de novo mercado para eles através da possibilidade de venda de uma cesta diária de produtos da AF produzidos localmente aos restaurantes corumbaenses. Esta ação viabiliza aos agricultores familiares uma forma de escoar sua produção, já que é difícil para pequenos produtores isolados alcançar a realização de transações comerciais lucrativas (PIERRE e VALENTE, 2010).

A ideia da cesta ser diária parte da premissa que 80% dos restaurantes adquirem suas hortaliças diariamente por não terem local para armazenamento. Essa cesta pode conter os itens mais utilizados e selecionados de acordo com as necessidades de cada estabelecimento.

É interessante reunir-se com os representantes da AF de Corumbá para saber se há a possibilidade de atendimento diário, levando em consideração o calendário agrícola elaborado pelo NEAP (Figura 11). É importante montar um plano de ação organizado para realização das entregas envolvendo ou não os atravessadores bolivianos, que já são muito comuns nessa atividade e principalmente nessa região de fronteira.

Figura 11 - Calendário Agrícola para Corumbá e Ladário-MS

Calendário agrícola de Corumbá e Ladário/MS

LEGUMES	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Abóbora Comum												
Abóbora Kabotian												
Abóbora Moranga												
Batata Doce												
Berinjela												
Beterraba												
Cenoura												
Jiló												
Mandioca Mesa												
Maxixe												
Pepino												
Pimentão												
Quiabo												
Tomate												
Tomate cereja												
Vagem												
VERDURAS	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Acelga												
Agrião												
Alface												
Almeirão												
Cebolinha												
Chicória												
Coentro												
Couve Folha												
Espinafre												
Mostarda												
Rabanete												
Repolho												
Rúcula												
Salsa												
FRUTAS	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Abacate												
Abacaxi												
Acerola												
Banana da Terra												
Banana Maçã												
Banana Nanica												
Coco Verde												
Fruta do conde												
Goiaba												
Laranja												
Limão												
Mamão Formosa												
Mamão Papaya												
Manga												
Maracujá												
Melancia												
Melão												
Poncã												

Legenda	
Produção em grande escala	
Produção em pequena escala	
Produção improvável	

Apoio: 

NEAP
NÚCLEO DE ESTUDOS EM
AGROECOLOGIA E PRODUÇÃO
ORGÂNICA DO PANTANAL



Fonte: NEAP, 2021.

Para que os restaurantes tomem conhecimento do que é produzido pela AF, é fundamental que ocorra um workshop com as associações e em seguida montar uma espécie de cardápio com a produção hortícola disponível o ano inteiro.

Vale dizer que a proposta original desta dissertação seria apresentar os dados da reunião com os restaurantes e a Associação Comercial de Corumbá, mas em razão da pandemia de SARS-COV19 não foi possível até a data da defesa realizar a proposta de ação. Ela ficará como uma indicação para as associações e instituições públicas que trabalhem com comércio e/agricultura familiar, bem como para futuros projetos de pesquisa envolvendo essas duas áreas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa se passou em uma região fronteiriça, marcada por grande mobilidade humana, com frequentes trocas comerciais e culturais. Contendo uma população variada em suas nacionalidades e mais numerosa dentre as suas vizinhas Ladário, Puerto Quijarro e Puerto Suárez, Corumbá tornou-se um importante polo consumidor de produtos do gênero alimentícios.

Atender toda essa demanda exige muita dedicação e empenho para não haver desabastecimento de alimentos na região. É nesse ponto que a agricultura familiar entra desempenhando um papel importante para o comércio, impulsionando a economia local. A AF brasileira é um dos pilares para o crescimento social e econômico do país, com a capacidade de contribuir para segurança alimentar e nutricional da população brasileira.

A produção local de hortícolas se concentra, principalmente, em folhosas como alface, rúcula, couve, cebolinha, salsa, coentro, agrião, chicória, espinafre e almeirão. Também é produzido durante o ano cenoura, tomate, maxixe, quiabo, rabanete, abóbora e mandioca.

Os restaurantes corumbaenses não configuram, atualmente, um canal de compra dessa produção por causa das dificuldades na comunicação entre os estabelecimentos e produtores rurais bem como os entraves para o escoamento da produção. Há, ainda, a desorganização na produção que causa a descontinuidade dos produtos no mercado obrigando os restaurantes a procurarem fornecedores mais seguros. Desta forma comprar direto dos supermercados e dos feirantes os deixa numa posição mais confortável, pois não haverá quebra na distribuição.

O interesse dos restaurantes locais por produtos orgânicos se mostrou tímido, ainda em razão do custo e por falta de demanda por eles. Ainda é um produto “novo”, desconhecido por uma grande parcela da população que encara os orgânicos como “modinha”. Investir numa campanha publicitária informativa sobre a segurança alimentar e benefícios dos alimentos orgânicos a fim de atrair maior número de consumidores seria uma alternativa aos restaurantes que querem oferecer o produto.

A produção oriunda dos assentamentos rurais de Corumbá é escoada pelos atravessadores bolivianos, de forma que eles poderiam ser de grande utilidade ao entrar no circuito AF- Atravessador- Restaurantes. Dessa forma, teria a inclusão do fronteiriço, ajudando a fazer o escoamento da produção, levando para outro tipo de comércio ampliando a rede e as possibilidades de venda, visto que os assentamentos estariam produzindo cestas específicas para cada restaurante interessado, reduzindo as suas perdas.

Os restaurantes podem se tornar um canal de comercialização. Resta aos agricultores familiares perceberem essa oportunidade e organizarem seus plantios para não perder essa oportunidade. Atualmente a comercialização da produção da AF se concentra nas feiras e nas vendas do PAA e PNAE.

Em síntese, crê-se que esta pesquisa atinge seu objetivo em acenar para o fortalecimento de um canal de comunicação e comercialização de produtos agrícolas. A partir deste estudo pesquisas futuras poderão estreitar cada vez mais os caminhos entre o campo e o comércio, estruturando circuitos curtos de produção e consumo trazendo aos assentamentos mais renda, segurança e qualidade à mesa dos corumbaenses e bolivianos residentes da franja fronteira que Corumbá está inserida, promovendo um ajustamento e conscientização social.

REFERÊNCIAS

ABRAS. Associação Brasileira de Supermercados. **40 Anos de Supermercados no Brasil**. São Paulo, Abras, 1993.

AGUIAR, D. R. D. Concentração do Mercado Varejista Alimentar Brasileiro. 47 CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL. Desenvolvimento Rural e Sistemas Agroalimentares: os agronegócios no contexto de integração das nações. **Anais...** Brasília: Sober, 2009.

ALMEIDA, S. P. N. C. Fazendo a feira: estudo das artes de dizer, nutrir e fazer etnomatemático de feirantes e fregueses da Feira Livre do Bairro Major Prates em Montes Claros – MG. 135 f. **Dissertação** (Mestrado em Educação). Universidade de Montes Claros. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Social. Montes Claros-MG, 2009.

ALTIERI, M. A. **Agroecologia**: Bases científicas para uma agricultura sustentável. Guaíba: Agropecuária, 2002.

ARRUDA, J. Agricultura urbana e periurbana em Campinas/SP: Análise do Programa de Hortas Comunitárias como subsídio para políticas públicas. **Dissertação** (Mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Engenharia Agrícola Campinas, 2006.

ASSIS, R. L., ROMEIRO, A. R. Agroecologia e agricultura orgânica: controvérsias e tendências. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, n. 6, p. 67-80, 2002.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BECKER, B. K. Tendências de transformação do território no Brasil: vetores e circuitos. **Território**, v. 1, n. 2, p. 5-17, 1997.

BERTOLINI, G. R. F.; BRANDALISE, L. T.; ROJO, C. A.; LEZANA, A. G. R. Ferramenta para identificação do valor e da disposição de compra dos consumidores de produtos ecológicos. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade**. v. 3, n. 1, p. 115-133. 2013.

BRANCO, M. C., ALCÂNTARA, F. A. Hortas urbanas e periurbanas: o que nos diz a literatura brasileira? **Horticultura Brasileira** v.29, p.421-428, 2011.

BRASIL. Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006a, estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF 25 de julho de 2006. Disponível em <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 15/10/2019.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Agricultura orgânica**. Brasília. Disponível em: < <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/organicos>> Acesso em 15/09/2020.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Certificação Orgânica**. Disponível em <<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/organicos/regularizacao-da-producao-organica>> Acesso em 15/09/2020.

- BRAUDEL, Fernand. **Os jogos das trocas**. vol. 2. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- BRAZIL, M. C. Brasil e Portugal no período Pombalino: ocupação geoestratégica de Mato Grosso. IV Congresso Internacional de Estudos Ibero-Americanos, **Anais...** Porto Alegre, 2000.
- BRITO, D. Qual o formato correto de sua loja? **SuperHiper**, v. 24, n. 77, p. 74-77, 1998.
- BRYLD, E. Potentials, problems, and policy implications for urban agriculture in developing countries. **Agricultural and Human Values** V. 20, p.79-86. 2003.
- BUTTEL, F. H. Transiciones agroecológicas en el Siglo XX: análisis preliminar. **Agricultura y Sociedad**, n 74, p 9-37, 1994.
- CAÑIZAL, M. Manual de Food Service. Barcelona. 2010.
- CANUTO, J. C. Agroecologia: princípios e estratégias para o desenho de agroecossistemas sustentáveis. **Redes** - Santa Cruz do Sul: Universidade de Santa Cruz do Sul, v. 22, n. 2, 2017.
- CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A. **Agroecologia: alguns conceitos e princípios**. Brasília: MDA/SAF/DATER-IICA, 2004.
- CARDOSO, P.O. O desafio da reprodução socioeconômica nos (re)assentamentos rurais : velhos problemas e novos conflitos. 126 f . **Dissertação de Mestrado**. Viçosa, MG. 2013.
- CARDOSO, E. L. et al. **Solos do Assentamento Tamarineiro I - Corumbá, MS:** caracterização, limitações e aptidão agrícola. Corumbá: Embrapa Pantanal, 2002. (Embrapa Pantanal. Documentos, 28).
- CASTELLI, G. Administração hoteleira. 8. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.
- CASTILLO, R; FREDERICO, S. Espaço geográfico, produção e movimento: uma reflexão sobre o conceito de circuito espacial produtivo. **Sociedade e Natureza**, Uberlândia, v. 22, n. 3, p. 461-474, dez, 2010.
- CASTROGIOVANNI, A. C. Fronteira: um tema sem limites. In: COSTA, E. A.; COSTA, G. V. L.; OLIVEIRA, M. A. M. (Orgs). **Estudos fronteiriços**. Campo Grande: Ed. UFMS, 2010. p.11-42.
- CHAGAS, I.L.A.; COSTA, E da A. Transição agroecológica em um lote de assentamento rural na fronteira Brasil-Bolívia. **Para Onde**. 2020. Disponível em<<https://seer.ufrgs.br/paraonde/article/viewFile/101180/56638>>. Acesso em 15/04/2020.
- CONCEIÇÃO, C. A da. A Agroecologia como estratégia de desenvolvimento territorial em áreas de fronteira: o caso dos assentamentos rurais de Corumbá e Ladário- MS. Dissertação de Mestrado. 175f. Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. Laranjeiras do Sul. 2016.
- CONNOR, J. M.; SCHIEK, W.A. **Food processing: an industrial powerhouse in transition**. 2. ed. New York: John Wiley & Sons, 1997.

COSTA, E. A. Ordenamento territorial em áreas de fronteira. In. COSTA, E. A.; OLIVEIRA, M. A. M. (Orgs.). **Seminário de estudos fronteiriços**. Campo Grande: Ed. UFMS, 2009. p. 61-78.

CUNHA, A. G. da. **Dicionário etimológico Nova Fronteira da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1992.

CYRILLO, D.C. **O papel dos supermercados no varejo de alimentos**. São Paulo: IPE, 1987. (Série Ensaio Econômico, 68).

DAROLT, M. R. et al. Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. **Ambient. soc.**, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 1-22, jun. 2016.

DAROLT, M.R. **As dimensões da sustentabilidade: Um estudo da agricultura orgânica na região metropolitana de Curitiba-PR**. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Paraná/ParisVII. 310 p. Curitiba, 2000.

OLIVEIRA, S. A; LIMA, P. V. P. S. ; SILVA, L. M. R. O consumo e comercialização de produtos orgânicos: o caso da associação para o desenvolvimento da agropecuária orgânica – Fortaleza. **Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER)**, Fortaleza, Ceará, 2006. Disponível em <<https://ageconsearch.umn.edu/record/149303>>. Acesso em: 12/10/2020.

DEMATTEIS, G. **Progetto implicito**, Il contributo della geografia umana alle scienze del território. Milano: Franco Angeli, 1995.

Diário Corumbaense. **CÂMARA aprova inclusão do Dia do Imigrante no Calendário Oficial de Eventos de Corumbá**. Jornal On line, 02 de out 2019. Disponível em <https://diarionline.com.br/?s=noticia&id=112728>. Acesso em 15/02/2020.

DIAS, J. A. B. Produção de plantas medicinais e agricultura urbana. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v. 18, p. 140-143, 2000.

EMBRAPA. **Considerações sobre a saída de bovinos do município de Corumbá**. Circular técnica, Corumbá, 1981.

ESCOLA, R., LAFORGA, G. O Mercado de produtos orgânicos: abordagem da produção orgânica no município de Itápolis. Comercialização, mercados e preços agrícolas, Mato Grosso, 2007.

ESPÍRITO SANTO, A. L. Os supermercados na cidade de Corumbá-MS: uma análise sobre suas origens e fatos históricos. **Revista GeoPantanal**, v.11, n. 20, p. 105-124, 2016.

ESPÍRITO SANTO, A., COSTA, E., BENEDETTI, A. Tramas territoriales de comercialización de productos agrícolas en territorios fronterizos. **Mundo Agrario**, v. 19, n. 42, e097, 2018. Disponível em <<https://doi.org/10.24215/15155994e097>>. Acesso em

ESSELIN, P. M. **A pecuária bovina no processo de ocupação e desenvolvimento econômico do pantanal sul-mato-grossense (1830 – 1910)**. Dourados: Editora da UFGD, 2011.

FANTINI, A. et al. Agroturismo e circuitos curtos de comercialização de alimentos orgânicos na Associação “Acolhida na Colônia” - SC/Brasil. **Rev. Econ. Sociol. Rural**, Brasília, v. 56, n. 3, p. 517-534, Sept. 2018.

FAO. Iniciativa regional da FAO aponta agricultura familiar como promotora do desenvolvimento rural sustentável e a agenda 2030. Disponível em < <http://www.fao.org/brasil/noticias/detail-events/pt/c/1043666/>>. Acesso em 20/10/2019.

FEIDEN, A.; ANDRADE JUNIOR, E. B.; CAVASSA, A. V. Agricultura urbana em Corumbá - MS. ADM -Artigo de Divulgação na Mídia, Corumbá - MS, p. 1 - 3, 21 mar. 2007. Disponível em < <https://www.opantaneiro.com.br/colunistas/post/agricultura-urbana-em-corumba-ms/571/>>. Acesso em 20/10/2019.

FEIDEN, A.; COSTA, E. A. Diagnóstico da produção e comercialização transfronteiriça de hortaliças na fronteira entre os municípios de corumbá e Ladário no Brasil e Puerto Quijarro e Puerto Suarez na Bolívia. **I Seminário de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural Sustentável**. Unioeste, Marechal Rondon, PR. 2017

FEIDEN, A; CAMPOLIN, A. I.; COSTA, M. dos S.; LISITA, F. O.; ANDRADE JUNIOR, E. B. de; CAVASSA, A. V. Transição Agroecológica de Agricultores Urbanos de Corumbá, MS: Caracterização Preliminar dos Sistemas de Produção. **Revista Brasileira de Agroecologia**, n 2, v 2. 2007

FERRARI, M. As noções de fronteira em geografia. **Revista Perspectiva Geográfica**, Unioeste, v. 9, n. 10, 2014.

FREDDI, S. M. A Agricultura Urbana E O “Bem Viver” Nos Espaços Urbanos: Um Estudo De Caso Sobre As Hortas Comunitárias Do Município De Joinville/Sc. **Dissertação** (mestrado). Florianópolis, 2015

FREITAS, E. P de. Corumbá (MS) e as Metamorfoses nas Políticas Brasileiras de Ordenamento Territorial e seus Impactos na Região de Fronteira Brasil-Bolívia. **Geofronter**, n. 3, v. 1, p. 16-29, 2017.

FRANÇOIS, M. **Comercializar os produtos locais**: circuitos curtos e circuitos longos. Inovação no meio rural. Caderno nº 7. Observatório Europeu LEADER, 2000.

FROEHLICH, J. M.; CONCATO, A. As múltiplas dimensões da agricultura urbana. **Boletim informativo Sociedade Brasileira de Ciência do Solo; Sociedade Brasileira de Ciência do Solo**, Campinas, v. 42, n. 3. 2016.

GHIRARDELLO, N. **À beira da linha**: formações urbanas da Noroeste Paulista. São Paulo: Editora UNESP, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, J. M., GARCIA, A., SÁNCHEZ, M. Market segmentation and willingness to pay for organic products of Spain. **The International Food and Agribusiness Management Review**, 3, p. 207-226, 2000

GLIESSMAN, S. **Agroecologia: Processos ecológicos em agricultura sustentável**. 4. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

- GOMES, T. P. S.; FERRANTE, V. L. S. B. Políticas públicas entre eficácias, equívocos e omissões: um retrato em duas regiões do Estado. In: **Retratos de assentamentos**. Revista do Núcleo de Pesquisa e Documentação Rural (Nupedor) – UNIARA. Araraquara, v. 15, n. 1, p. 157-185, 2012.
- GONÇALVES, C. W. P. Processos planetários e fronteiras móveis. In: BRANDÃO, M. A. (Org.). **Milton Santos e o Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.
- GUICHONNET, P.; RAFFESTIN, C. **Géographie des Frontières**. Paris: PUF, 1974.
- HECK, M. D. C. Comer como atividade de lazer. **Revista Estudos Históricos**, v. 1, n. 33, p. 136-146, 2004.
- HECHT, S. A. evolução do pensamento agroecológico. In: ALTIERI, M. **Agroecologia: as bases científicas da agricultura alternativa**. 4. ed. Rio de Janeiro: PTA/FASE, 2000
- IBEVAR. Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo. **Ranking IBEVAR elenca as maiores e mais admiradas varejistas do país!** Disponível em <<https://www.ibevar.org.br/ranking-ibevar-2019/>> Acesso em: 10/07/2020
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2020. **Indicadores Sociais Municipais: uma análise dos resultados do universo do Censo Demográfico 2010**. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/corumba/panorama>>. Acesso em 20/10/2019
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2019. **Produto Interno Bruto**. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/campo-grande/pesquisa/38/47001?tipo=ranking>>. Acesso em 20/07/2020
- IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Produção e Consumo de Produtos Orgânicos no Mundo e no Brasil**. 2020. Disponível em <https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=35325>. Acesso em 10/10/2020
- IPHAN. Instituto do patrimônio histórico e artístico nacional. História de Corumbá. Disponível em <<http://portal.iphan.gov.br>> Acesso em 20/04/2020.
- ITO, C. A. **Corumbá: o espaço da cidade através do tempo**. Campo Grande: Editora da UFMS, 2000.
- JESUS, E. L. Diferentes abordagens de agricultura não-convencional: história e filosofia. In: AQUINO, A. M.; ASSIS, R. L. **Agroecologia: princípios e técnicas para uma agricultura orgânica sustentável**. Brasília: Embrapa, 2005. p. 21-48.
- JANICK, J. **Ancient Egyptian agriculture and the origins of horticulture**. Purdue University, Indiana, EUA. 2010. Disponível em <www.hort.purdue.edu/newcrop/history/egypt/egyptpaper.pdf>. Acesso em: 20/07/2020.
- JORNAL A TRIBUNA. **Feira-livre de Corumbá comemora 1 ano**. Jornal A Tribuna, nº17.731 de 3 de maio de 1960. Disponível no Núcleo de Documentação Histórica e de Estudos Regionais – UFMS/CPAN.

KAISER, W. Penser la frontière – notions et approches. **Histoire des Alpes**, n. 3, p. 63-74. 1998.

KIYOTA, N.; GOMES, M. A. O. Agricultura familiar e suas estratégias de comercialização: um estudo de caso no município de Capanema- Região Sudeste do Paraná. **Organizações rurais e agroindústrias**, Revista de Administração da UFLA, v. 1, n. 2, 1999.

LEADER. Ligação Entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural. **Circuitos “curtos” ou circuitos “longos”? Inovação em meio rural**. Caderno n. 7, 2000. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-pt/biblio/circuits/contents.htm>> Acessado em 24/08/2020.

LIMA, A. J. P.; CARMO; M. S. Agricultura sustentável e a conversão agroecológica. **Desenvolvimento em Questão**, Ijuí, v. 4, n. 7, p. 47-72, 2006.

LIMA FILHO, D., SILVESTRINI, C., SOUSA, J. & SANTOS, Y. Experiências de consumo em restaurantes comerciais. *Facef*,13. 2010

LORENÇO, C. D. S.; SETTE, R. S. Relacionamentos de marketing em empresas varejistas: aspectos positivos e negativos. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 12, n. 3, p. 152-178, 2013.

LOURENZANI, A. E. B. S.; SILVA, A. L. da. Um estudo da competitividade dos diferentes canais de distribuição de hortaliças. **Gestão & Produção**. São Carlos, v. 11, n. 3, p. 385-398, 2004.

LUCENA, T. I. N.; CRUZ, D. S. Lugares que educam: o aprendizado nas feiras livres. **Revista Inter-Legere**, Natal, Rio Grande do Norte, n. 8, p. 1-13, 2011.

MACHADO, A. T.; MACHADO, C. T. de T. Agricultura urbana. Planaltina: Embrapa Cerrados, 2002.

MACHADO, L. O. Limites e fronteiras: da alta diplomacia aos circuitos da legalidade. **Revista Território**. Rio de Janeiro, v. 8, p. 9-29, 2000.

MACHADO, L. O. Limites, fronteiras e redes. In: STROHAECKER, T. M.; DAMIANI, A.; SCHAFFER, N. O.; BAUTH, N.; DUTRA, V. S. (orgs.). **Fronteiras e espaço global**. Porto Alegre: AGB, 1998.

MADALENO, I M. **Políticas de apoio à agricultura urbana em Lisboa e Presidente Prudente**. Lisboa: Instituto Tropical, 2001.

MARTINHAGO, D. Z.; REIS, R. P.; PEREIRA, C. M. A. Potencial e estrutura de mercado no município de Cruzília, MG: viabilidade de implantação de feira livre. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 15, n. 3, p. 345-358, 2013.

MASCARENHAS, G. O Lugar da Feira Livre na Grande Cidade Capitalista: Conflito, Mudança e Persistência (Rio de Janeiro: 1964-1989), **Dissertação** (Mestrado em Geografia), UFRJ, 1991.

MASCARENHAS, G.; DOLZANI, M. C. Feira livre: Territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. **Ateliê Geográfico**, Goiânia, v. 2, n. 2, p. 72-87, 2008.

MATOS, R. S. **A reinvenção da multifuncionalidade da paisagem em espaço urbano - reflexões**. Tese (Doutorado). Instituto de Investigação e Formação Avançada da Universidade de Évora. 2010

MAXWELL D.G. Alternative food security strategy: a household analysis or urban agriculture in Kampala. **Food Policy** v. 23, p. 411-424. 1995.

MAZOYER, M. **História das agriculturas no mundo: do neolítico à crise contemporânea**. Tradução de Cláudia F. Falluh Balduino Ferreira. São Paulo: Editora UNESP; Brasília, DF: NEAD, 2010.

MEIRELES, B.O., DEBASTIANI, S. M., BERTOLINI, G.R.F., JOHANN, J. A. Perfil Socioeconômico dos Consumidores de Restaurantes em Relação à Valorização de Produtos Orgânicos: Uma Análise Comparativa. *Journal of Environmental Management and Sustainability –Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*. Vol. 5, N. 1. 2016.

MEIRELES, B. O., DEBASTIANI, S. M., BERTOLINI, G. R. F., JOHANN, J. Análise da Viabilidade Econômica na Oferta de Saladas Orgânicas em Restaurantes. III SINGEP e II S2IS. **Anais...** São Paulo-SP, 2014.

MENDES, F. C. **Políticas e inovações para a agricultura urbana: estudo dos casos de Nova Iguaçu (Rio de Janeiro-Brasil), Rio Cuarto (Córdoba-Argentina) e Sevilha (Andalucía-Espanha)**. Tese de Doutorado. 155f. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2012.

MICHELOTTI, F. et al. O agrário em questão: uma leitura sobre a criação dos Assentamentos rurais no sudeste do Pará. In: II Encontro da Rede de Estudos Rurais, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...II Encontro da Rede de Estudos Rurais [CD ROM], 2007**

MORAES, A, S. Pecuária e conservação do Pantanal: análise econômica de alternativas sustentáveis – o dilema entre benefícios privados e sociais. **Tese** (Doutorado Economia), 2008, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2008.

MOREL, A. P. et al. Negócio Feira Livre: Análise e Discussão sob a Perspectiva do Feirante. **Revista Extensão Rural**, Santa Maria, v. 22, n. 4, p. 43-57, out./dez. 2015.

MOTT, L. Feiras e Mercados: Pistas para pesquisa de campo. In: FERRETI, S. (Org.). **Reeducando o olhar: estudos sobre feiras e mercados**, São Luiz: Edições Universidade Federal do Maranhão, 2000. p. 13-34

NOGUEIRA, R. J. B. Fronteira: espaço de referência identitária? **Ateliê Geográfico**, Goiânia, v. 1, n. 2, p. 27-41, 2007.

OLIVEIRA, M. A. M. Tempo, Fronteira e Imigrante: um lugar e suas “inexistências”. In: OLIVEIRA, T. C. M. (org.). **Territórios sem Limites**. Campo Grande, Editora da UFMS, 2006. p. 349-358.

OLIVEIRA, T. C. M. de. Tipologia das Relações Fronteiriças: elementos para o debate teórico-práticos. In. **Territórios sem limites**. Campo Grande: Ed. UFMS, p. 377-408. 2005.

OLIVEIRA, M. A; CAMPOS, D. Imigrações e instituições de fronteira: bolivianos em Corumbá, MS. **Revista científica Direitos Culturais**, Santo Ângelo, v. 10, n. 20, p. 47-58,

2015. Disponível em:

<http://srvapp2s.santoangelo.uri.br/seer/index.php/direitosculturais/article/view/1439>. Acesso em: 24/07/ 2020.

PAULA, M. M.; KAMIMURA, Q. P.; SILVA, J. L. G. Mercados institucionais na agricultura familiar: dificuldades e desafios. **Revista de Política Agrícola**, n. 1, p. 33-43, 2014.

PAZERA Jr., Eduardo. **A feira de Itabaiana, PB: Permanência e Mudança**. Tese 2001. (Doutorado em Geografia). São Paulo; Universidade de São Paulo, 2001.

PEDROSO, M. T. M., CORCIOLI, G., & FOGUESATTO, C.. A crise do Coronavírus e o agricultor familiar produtor de hortaliças. **Gestão e Sociedade**, v. 14, n. 3), p. 3740-3749, 2020.

PEITER, P.C. **A geografia da saúde na faixa de fronteira continental do Brasil na passagem do milênio**. Tese de Doutorado em Geografia. Rio de Janeiro: Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2005.

PENTEADO, S. R. **Agricultura orgânica**. Série Produtor Rural. Edição Especial. Piracicaba. ESALQ, 41 p. 2001.

PENTEADO, S. R. **Introdução à agricultura orgânica**. Campinas: Editora Grafimagem, 2000.

PESSANHA, B.; MENEZES, F. A. F. A questão dos agrotóxicos. **Agroanalysis**, v. 9, n. 9, p. 2-22, 1985.

PINTAÚDI, S. M. A cidade e as formas de comércio. In: CARLOS, A. F. A. (org.). **Novos caminhos da Geografia**. São Paulo: Contexto, 2002.

PINTAÚDI, S. M. **Os supermercados na Grande São Paulo: contribuição ao estudo da transformação do comércio varejista de gêneros alimentícios nas grandes metrópoles**. Dissertação (mestrado). FFLCH. São Paulo: USP, 1981

POULSTON, J., YAU, A., YIU, K. Profit or principles: why do restaurants serve organic food? **International Journal of Hospitality Management**, v. 30, n. 1, p. 184-191, 2011.

QUEIROGA, V. de P.; ALMEIDA, F. de A. C.; GIRÃO, A.; ALBUQUERQUE, E. M. B. de. Agricultura orgânica e certificação de produtos orgânicos. Embrapa Agroindústria Tropical - **Capítulo em livro técnico** (INFOTECA-E). p. 280-299. 2018. Disponível em <<http://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/1100594>>. Acesso em 15/09/2020

RADMAN, M. Consumer consumption and perception of organic products in Croatia. **British Food Journal**, v.107, n.4, 263-273. 2005,

RAFFESTIN. C. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

REBELATO, M. G. Uma análise sobre a estratégia competitiva e operacional dos restaurantes self-service. **Revista Gestão & Produção**, v. 4, n. 3, p. 321-334, 1997.

REIS, F.; VIEIRA, S. M. F. Tudo Junto: pessoas, relações e peculiaridades na feira livre de Viçosa. **Anais... INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVIII Prêmio Expocom– Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação**, 2011. Disponível em:

<www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/.../EX24-0620-1.pdf > Acesso em: 15/05/2020.

RESENDE, S.A., CLEPS JÚNIOR, J. A agricultura urbana em Uberlândia (MG). **Caminhos de Geografia**, Uberlândia, MG, v. 6, n. 19, p. 191-199, 2006.

RENTING, H; MARSDEN, T; BANKS, J. Compreendendo as redes alimentares alternativas: o papel das cadeias curtas de abastecimento de alimentos no desenvolvimento rural. *In*: SCHNEIDER, Sergio; GAZOLLA, Marcio (Org). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas**. Porto Alegre: UFRGS, 2017. p. 27-51.

RINALDI, J. G. S., MORABITO, R.; TACHIBANA, V. M. **A importância da rapidez de atendimento em supermercados**: um estudo de caso. **Gestão e Produção**, São Carlos, v. 16, n. 1, p. 1-14, 2009.

RODRIGUES, A. L. **Uma discussão sobre os conceitos de fronteira e território no ensino fundamental, anos iniciais, de Geografia**. Tese (doutorado em Geografia) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Tecnologia. Presidente Prudente, 2015.

RODRIGUES, R. R., CARLOS, C. C., MENDONÇA, P. S. M. & CORREA, S. R. A. Atitudes e fatores que influenciam o consumo de produtos orgânicos no varejo. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 8, n. 1, 164-186, 2010.

SABATEL, V. de O. **Relações Entre Comunidades Rurais na Fronteira Brasil-Bolívia. Dissertação** (Mestrado em Estudos Fronteiriços). p.125. Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. Corumbá, 2013.

SABATEL, V. de O; ZARATE, S. S; COSTA, E. A. da. Territorialidades fronteiriças: o caso dos assentamentos rurais de Corumbá-MS na fronteira com a Bolívia. **Revista Geopantanal**, v. 6, n. 11, p. 61-71, 2011.

SACK, R. D. **Human territoriality: its theory and history**. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

SAMPAIO, D. O. **Intenção de compra e consumo de alimentos orgânicos**: um estudo sobre as crenças, atributos e grupos de referência. Tese de doutorado. UFMG, 2012

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**: Fundamentos Teóricos e Metodológicos da Geografia. 6 ed. São Paulo: Edusp, 2008.

SANTOS, M. Modo de Produção Técnico-Científico e Diferenciação Espacial. *In*: **Revista Território**, Ano IV, Nº 06, p. 121-134. 1999.

SANTOS, M. Circuitos espaciais da produção: um comentário. *In*: SOUZA, M. A. A.; SANTOS, M. **A construção do espaço**. São Paulo: Nobel, 1986. p. 121-134

SANTOS, M. **O espaço dividido - os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979.

- SANTOS, J. E. **Feira Livre e Circuitos da Economia Urbana**: um estudo da Feira da Pedra, em São Bento (PB). Dissertação (Mestrado em Geografia). UFRN, 2012.
- SANTOS, R. C. O.; OLIVEIRA, M. A. M. **Trabalhadores bolivianos em feiras livres na cidade de Corumbá, MS**. Campo Grande: UFMS/PROPP, 2010. Relatório final de PIBIC.
- SAQUET, M. A. **Abordagens e concepções sobre território**. São Paulo: Outras Expressões, 2007.
- SATO, L. Processos cotidianos de organização do trabalho na *feira livre*. **Psicol. Soc.** [online], v.19, p. 95-102, 2007.
- SEBRAE. **Agricultura orgânica**: cenário brasileiro, tendências e expectativas. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-agricultura-organica,69d9438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD2019>>. Acesso em: 15/09/2020.
- SEBRAE. **O mercado para os produtos orgânicos está aquecido**. 2019. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-mercado-para-os-produtos-organicos-esta-aquecido,5f48897d3f94e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 10/12/2020.
- SENNETT, R. **Carne e pedra**: o corpo e a cidade na civilização ocidental. 3. ed. (Tradução de Marcos Aarão Reis). Rio de Janeiro. São Paulo: Editora Record, 2003.
- SERRA, O. **Rumores de festa**: o sagrado e o profano na Bahia. Salvador: EDUFBA, 2005.
- SEVILLA GUZMÁN, E. **De la sociología rural a la agroecología**. Barcelona: Icaria, 2006.
- SILVA, C. de S.; PEROSA, J.M.Y.; RUA, P.S.; ABREU, C.L.M. de; PÂNTANO, S.C.; VIEIRA, C.R.Y.I., BRIZOLA, R.M. de O. Avaliação econômica das perdas de banana no mercado varejista: um estudo de caso. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Jaboticabal, v. 25, n. 2, p. 229-234, 2003.
- SILVEIRA, J. A.; LEPSCH S. L. Alterações recentes na economia do setor supermercadista brasileiro. **Revista de Administração**, v. 32, n. 2, p. 5-13, abr./jun. 1997.
- SOUZA, A. C. **A contabilidade de custos na tomada de decisão da produção e comercialização de alface na cidade de Dourados/MS**. Dourados, MS: Universidade Federal da Grande Dourados, 2014.
- SOUZA, M. C. M. **Certificação de produtos orgânicos**. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br>>. Acesso em: 15/09/2020
- SOUZA, P. M.; FORNAZIER, A.; PONCIANO, N. J.; NEY, M. G. Agricultura familiar versus agricultura não-familiar: uma análise das diferenças nos financiamentos concedidos no período de 1999 a 2009. **Documentos Técnico-Científicos**, v. 42, n. 1, 2011.
- SPANG, R. **Invenção do restaurante**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- STEIMAN, R.; MACHADO, L. O. **Limites e Fronteiras internacionais**: uma discussão histórico-geográfica. Rio de Janeiro: Grupo Retis; UFRJ, 2002.

STÜRMER, A. B.; COSTA, B. P. Território: aproximações a um conceito-chave da geografia. **Santa Maria: Geografia, Ensino e Pesquisa**, v. 21, n. 3, 2017.

TERRAZZAN, P., VALARINI, P. J. Situação do mercado de produtos orgânicos e as formas de comercialização no Brasil. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 39, n. 11. 2009.

THE FORK. **Os restaurantes orgânicos e a captação de clientes saudáveis**. 2018. Disponível em <<https://www.theforkmanager.com/pt-br/blog/captacao-clientes-restaurantes-organicos>> Acesso em 10/12/2020

TRENTO, E. J.; SEPULCRI, O.; MORIMOTO, F. **Comercialização de Frutas, Legumes e Verduras**. Curitiba: Instituto Emater, 2011.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

TRUBILIANO, C. A. B. Algumas considerações sobre a Ferrovia Noroeste do Brasil: migração e ocupação em Campo Grande MT/MS (1905-1940). **MÉTIS: história & cultura**, v. 13, n. 27, p. 233-251, jan./jun. 2015.

VARGAS, L.C. **Da luta pela terra à formação dos professores leigos no assentamento Taquaral Corumbá -MS**. Dissertação (mestrado). 120f. Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. Corumbá. 2011.

WEBER, M. Conceitos e categorias da Cidade. In: Velho, O. (org.). **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

WILDER, A. **Mudanças no setor supermercadista e a formação de associações de pequenos supermercados**. 180 f. Dissertação (Mestrado em Ciências). Piracicaba, ESALQ, 2003.

ZAAR, M. H. agricultura urbana: algunas reflexiones sobre su origen e importancia actual. **Revista Bibliográfica De Geografía Y Ciencias Sociales**, Universidad de Barcelona, v. XVI, n. 944, 2011. Disponível em <<http://www.ub.edu/geocrit/b3w-944.htm>> Acesso em 20/07/2020.

APÊNDICE A – Entrevista com representantes dos restaurantes.

Restaurante: _____

01- Onde compra as hortaliças?

02- Sempre compra no mesmo local ou empreendimento?

03- Por que compra desse local ou empreendimento?

04- Quais produtos costuma comprar e a quantidade aproximada de cada um?

05- Sabe a origem do produto? () Sim () Não

06- Se importa com a origem do produto () Sim () Não Por quê? _____

07- Qual a frequência da compra?

() diária () 3 a 5 vezes por semana () semanal () quinzenal

08- Sabe se existem as hortaliças que precisa nos assentamentos rurais de Corumbá?

() Sim () Não.

09- Compra ou compraria hortaliças dos assentamentos rurais caso ofertada?

10- () Sim () Não. Fale por quê. _____

11- Compra produtos orgânicos ou em transição agroecológica? () Sim () Não

12- Possui interesse em oferecer no seu restaurante produtos orgânicos ou em transição agroecológica? () Sim () Não Por que? _____

13- Tem interesse em participar do workshop para discutir uma cesta de produtos hortícolas dos produtores familiares locais? () Sim () Não

APÊNDICE B- Entrevista com representantes da AGRAER e da Prefeitura Municipal

- 01- Você acredita que a produção de hortaliças dos assentamentos rurais atende à demanda dos restaurantes da cidade? () Sim () Não.
- 02- Se não atende, o que é necessário fazer?
- 03- Se atende, o que é necessário fazer para assegurar a venda aos restaurantes da cidade?
- 04- Sabe se existe um calendário agrícola local pronto e atualizado?
() Sim () Não
- 05- Descreva o apoio técnico de extensão rural oferecido pelos técnicos do órgão.
- 06- Quais os grandes gargalos da produção de hortaliças nos assentamentos rurais? Existe algum? Ou não?
- 07- Quantas associações de produtores rurais estão funcionando nos assentamentos rurais? Elas podem ser utilizadas como canais de comercialização?
- 08- Quais as hortaliças dos assentamentos rurais que deveriam ser servidas pelos restaurantes de Corumbá? Tem algum produto típico regional? Dê sua opinião.
- 09- Arrisca montar uma cesta de hortaliças que poderiam ser vendidas mensalmente aos restaurantes de Corumbá. Acha que os assentados dariam conta de fazer as entregas? O que acha que precisaria ser feito para viabilizar isso?

APÊNDICE C- Entrevista com os representantes das associações

- 01- Quais são as principais dificuldades para a produção de hortaliças nos assentamentos?
- 02- Recebem algum tipo de apoio técnico dos órgãos públicos? Descreva-os, se existirem.
- 03- Fale sobre a venda de hortaliças no seu grupo. Existe venda direta ou usam atravessadores? Como fazem para levar os produtos para a cidade?
- 04- Sabe se alguma família produz hortaliça em base agroecológica?
- 05- Descreva a organização da associação. Considera o pessoal unido? Ocorrem reuniões ordinárias com frequência? A associação está regulamentada? Ela pode vender? Tem estrutura para fazer entregas na cidade? Quantos associados possui? Quantos associados produzem hortaliças para venda?
- 06- Acho que o pessoal teria interesse em vender hortaliças para os restaurantes? Acha que tem produção para atender a necessidade de 10 restaurantes?
- 07- Que hortaliças acha que poderiam ser vendidas durante os meses do ano pelos seus associados aos restaurantes?