

# O MST e a construção territorial de mercados camponeses: estudo sobre o Armazém do Campo, unidade Cascavel (Paraná, Brasil)

The MST and the territorial construction of peasant markets: a study on Armazém do Campo, Cascavel unit (Paraná, Brasil)

El MST y la construcción territorial de los mercados campesinos: un estudio sobre Armazém do Campo, unidad Cascavel (Paraná, Brasil)

**Elicar Antonio Costa\***

Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS). Erechim, Brasil

elicarcosta@gmail.com

ORCID: 0009-0003-2226-9107

**Márcio Freitas Eduardo**

Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS). Erechim, Brasil

marcio.eduardo@uffs.edu.br

ORCID: 0000-0003-2641-1636

**Roberto Antônio Finatto**

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Florianópolis, Brasil

roberto.finatto@ufsc.br

ORCID: 0000-0001-8467-5133

---

**Citar como:** Costa, E. A. *et al.* (2026). O MST e a construção territorial de mercados camponeses: estudo sobre o Armazém do Campo, unidade Cascavel (Paraná, Brasil). *Desde el Sur*, 18(1), e0019.

## RESUMO

O artigo analisa a rede de comercialização Armazém do Campo (AdC), com foco na unidade Cascavel, Paraná, região Sul do Brasil. Destaca a importância dessa rede na construção territorial de mercados para os alimentos provenientes de áreas de reforma agrária do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Na dimensão metodológica, a produção dos dados ocorreu em 2024, por meio de pesquisa participante, entrevistas com grupos focais e informantes-chaves, levantamento de dados no setor de comercialização do MST e na unidade AdC-Cascavel, além da aplicação de questionário com o público que

---

\* Autor corresponsal: Elicar Antonio Costa, Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS). Erechim, Brasil. Correo: elicarcosta@gmail.com

mora ou frequenta o entorno da unidade. Entre os participantes, 95% consideraram relevante o consumo de produtos da agricultura familiar, mas 81,37% desconheciam o AdC-Cascavel. Conclui-se que a rede AdC surgiu como alternativa à dependência dos atravessadores, fortalecendo a autonomia camponesa e configurando-se, simultaneamente, como meio de comercialização e de afirmação da reforma agrária no espaço urbano.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Armazém do Campo, Reforma Agrária Popular, construção territorial de mercados

### **ABSTRACT**

The research analyzes the marketing network «Armazém do Campo» (AdC), focusing on the Cascavel unit, Paraná, Brazil. It highlights the importance of this tool for the social construction of markets for food from agrarian reform areas of the Landless Workers' Movement. Methodologically data production took place in 2024 through participatory research, interviews with focus groups and key informant, data collection in the MST's commercialization sector, from the AdC-Cascavel Unit, and the administration of questionnaires to those living or visiting the unit's surroundings. Among the participants, 95% considered the consumption of family farm products relevant, but 81.37% were unaware of AdC-Cascavel. It is concluded that the AdC network emerged as an alternative to dependence on middlemen, strengthening peasant autonomy and simultaneously configuring itself as a means of commercialization and affirmation of agrarian reform in urban spaces.

### **KEYWORDS**

Armazém do Campo, Popular Agrarian Reform, social and territorial construction of markets

### **RESUMEN**

La investigación analiza la red de comercialización «Armazém do Campo» (AdC), con énfasis en la unidad Cascavel (Paraná, Brasil). Se destaca la importancia de esta herramienta en la construcción social de mercados para los alimentos provenientes de áreas de reforma agraria del Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra.

Metodologicamente, la producción de datos se llevó a cabo en 2024, mediante la investigación participativa, entrevistas con grupos focales e informantes clave, la recopilación de datos primarios del sector de comercialización del MST, de la Unidad AdC-Cascavel y la aplicación de cuestionarios a quienes viven o frecuentan los alrededores de la unidad. Entre los participantes, el 95 % consideraron relevante el consumo de productos de la agricultura familiar, pero el 81,37 % desconocían el AdC-Cascavel. Se concluye que la red AdC surgió como alternativa a la dependencia de los intermediarios, ya que fortaleció la autonomía campesina y se configuró, simultáneamente, como medio de comercialización y de afirmación de la reforma agraria en el espacio urbano.

#### **PALABRAS CLAVE**

Armazém do Campo, Reforma Agraria Popular, construcción social y territorial de mercados

### **Introdução**

Este estudo tem como objetivo analisar o Armazém do Campo (AdC), unidade Cascavel, no Paraná (Brasil), enquanto um mercado camponês inserido no contexto da Reforma Agrária Popular (RAP) e da agroecologia. A pesquisa evidenciou os desafios e as potencialidades inerentes à construção territorial de mercados geridos pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), que visa fortalecer a autonomia dos camponeses, promover a soberania alimentar e fomentar relações conscientes e solidárias entre as famílias agricultoras/ produtoras e os consumidores urbanos.

A construção territorial de mercados remete a um fazer coletivo que considera o acúmulo de conhecimentos produzidos pelas vivências e experiências (produtivas, organizativas, de comercialização, entre outras) em um dado contexto geográfico. Esse acúmulo é basilar para orientar a constituição de mecanismos de mercado que articulam a produção camponesa agroecológica aos consumidores, tendo como base os princípios da cooperação e da economia solidária.

Busca-se, nesse sentido, ressaltar as características do campesinato, sua autonomia diante das relações específicas que guarda com a terra para a prática da agricultura e a criação de animais, além de uma organização do trabalho e política amparada nas relações familiares (Lázaro Aquino, 2024; Ploeg, 2009). Esses são elementos básicos que, mesmo

diante das particularidades territoriais, marcam o campesinato e são fundamentais para orientar a sua relação com o mercado.

O texto está estruturado em duas partes principais. Na primeira parte é realizada uma análise da rede de comercialização AdC e de seus preceitos fundamentais, visto que esta é uma articulação que intenciona a construção territorial de mercados, baseada na concepção da RAP. Na segunda parte, o artigo aborda a territorialização da unidade AdC-Cascavel, ressaltando o potencial e as características do mercado consumidor no município.

A unidade AdC-Cascavel foi inaugurada em 2020 e enfrenta diversos desafios no seu processo de consolidação. Os desafios estão relacionados à logística, à baixa visibilidade pelo público consumidor e à composição de preços (principalmente dos alimentos orgânicos processados). Tais questões exigem a construção de estratégias mais eficientes de logística, de marketing e investimentos em infraestrutura.

Diante disso, o estudo se justifica pela necessidade de avançar na compreensão da construção territorial de mercados camponeses com vistas a garantir o aumento da autonomia relativa das famílias (Eduardo *et al.*, 2023), destacando aspectos organizativos e a contribuição da agroecologia nesse processo. A pesquisa busca, ainda, contribuir com os debates sobre a construção territorial de mercados camponeses em um contexto espacial específico, a saber, interiorano e circunscrito à dinâmica de uma cidade média.

## Metodologia

A metodologia contemplou a pesquisa-ação participativa, já que um dos autores é assentado do MST e sua família fornece alimentos agroecológicos para a unidade AdC-Cascavel, além de ter contribuído diretamente no processo de construção desta unidade. A pesquisa-ação participativa, como observa Saquet (2022, p. 06), permite-nos «coproducir una ciencia popular y territorial en un movimiento de praxis, de construcción simultánea de conocimientos, pensamientos y acciones».

Outros procedimentos metodológicos e técnicas de pesquisa também foram utilizados durante o ano de 2024: entrevistas com grupos focais no AdC São Paulo e no AdC Cascavel; entrevista com um informante-chave do setor de comercialização do MST; obtenção de dados primários no setor de comercialização do MST e na gestão da unidade AdC-Cascavel; e aplicação de 102 questionários fechados na cidade de Cascavel com potenciais consumidores, ou seja, pessoas que moram ou circulam no entorno da unidade pesquisada.

A aplicação dos questionários teve caráter exploratório, visando identificar o conhecimento das pessoas que circulam nas imediações do AdC-Cascavel. A amostragem dos participantes foi não probabilística por conveniência (Leite, 2008), o que impede a generalização dos resultados, mas aporta dados importantes para compreender a relação da população da cidade com a unidade pesquisada.

A investigação seguiu os princípios éticos fundamentais para pesquisas envolvendo seres humanos (seguindo a Declaração de Helsinque). O consentimento foi obtido de todos os participantes, que foram devidamente informados sobre os objetivos do estudo, o uso de seus depoimentos e seu direito de se retirar a qualquer momento, sem nenhum prejuízo. Os dados pessoais dos participantes foram confidenciais, mantendo-se o anonimato durante o processo de análise e de redação. As informações coletadas foram utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos e de publicação, respeitando a dignidade, a autonomia e o bem-estar dos participantes em todos os momentos. A pesquisa foi registrada institucionalmente na Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) sob número PES-2023-0596.

### **O Projeto Armazém do Campo: antecedentes, concepções e estratégias de territorialização da Reforma Agrária Popular**

Os debates sobre o projeto Armazém do Campo foram realizados pelo MST diante da necessidade de estabelecer canais de comercialização baseados nos princípios da Economia Solidária, visando impulsionar a agroecologia como matriz produtiva da RAP. Assim, ao passo em que os assentamentos rurais se consolidaram como produtores de alimentos orgânicos, foi necessário tratar dos meios para que esses alimentos chegassem ao mercado consumidor urbano.

Desde o início dos anos 2000, por meio da organicidade<sup>1</sup> do MST, foram acumuladas experiências que contribuíram para a construção de uma rede nacional de comercialização dos produtos da Reforma Agrária em centros urbanos, denominada Armazéns do Campo. O intuito principal consistia em promover maior integração entre as famílias camponesas e os consumidores urbanos. Essa maior interação poderia, ainda, repercutir na ampliação da consciência coletiva sobre as disputas territoriais

---

1 A organicidade do MST se manifesta na maneira como os membros se organizam para a luta pela terra. Esse processo está em constante evolução, adaptando-se ao contexto espaço-temporal. A reprodução do movimento é sustentada pelos princípios de respeito e igualdade, permitindo que todos possam participar dessa causa por meio de discussões e ações definidas coletivamente.

inerentes ao sistema agroalimentar global e seus efeitos sobre o conjunto da sociedade brasileira.

O alimento e as relações interpessoais, nas dinâmicas próprias desses mercados camponeses, seriam a via de comunicação e de ação para as mudanças almejadas. Como se vê, a dimensão eminentemente mercadológica (distribuição, compra e venda), por mais importante que seja, se caracteriza como uma dentre outras facetas (política, cultural e ambiental) igualmente relevantes sob a égide da concepção de construção territorial de mercado. Portanto, entende-se «a construção territorial de mercados como parte de um processo mais amplo e complexo protagonizado pela agroecologia na transformação do sistema agroalimentar» (Eduardo *et al.*, 2023, p. 134).

Se os anos 1990 se caracterizaram pela ascensão do debate e da prática dos princípios cooperativistas nos territórios da Reforma Agrária (Souza, 2006; Rizzo, 2017), os anos 2000 marcaram o MST pela abordagem da agroecologia (Gonçalves, 2008) e pela defesa de uma Reforma Agrária mais ampla, concebida como Popular, em referência ao 5º Congresso Nacional do MST, realizado em 2007.

A conotação «Popular» buscou envolver a população urbana, pois campo e cidade devem estar intrinsecamente ligados para que seja possível a expansão de um projeto de soberania alimentar, o que envolve, inextricavelmente, a valorização das agriculturas de base familiar, a proteção dos recursos naturais e a construção de estratégias para a oferta de alimentos saudáveis para a população.

Além disso, a Reforma Agrária Popular, como proposta pelos movimentos sociais do campo, defende a desapropriação das grandes propriedades, a definição de um limite máximo de área para a propriedade rural e a redistribuição às famílias sem-terra ou com pouca terra. Associa a redistribuição da terra com a instalação de agroindústrias cooperativas, a agroecologia, a democratização da educação formal e um programa de mecanização agrícola voltado a pequenas máquinas. Por fim, contempla a valorização das manifestações culturais do meio rural (Stedile, 2012). Dessa forma, busca-se a geração de renda para uma vida com qualidade no campo.

Conforme aludido, dentre as motivações para a criação do Armazém do Campo, para além de se constituir como um canal de comercialização, pode-se citar a necessidade de ampliar a comunicação e a interação da sociedade em geral com o MST, elevando a compreensão sobre a importância da RAP, da agroecologia e das formas coletivas de luta e de organização social no campo. Por conseguinte, como destaca Machado (2024),

a rede AdC se configura como uma ação de territorialização da Reforma Agrária nas cidades por meio da construção social de mercados.

Em termos de políticas e ações públicas, a criação do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) (Lei nº 10.696/2003) (Brasil, 2003a), a construção da legislação sobre os Sistemas Orgânicos de Produção no Brasil (deflagrada em 2003 com a Lei 10.831) e a determinação de que 30% dos recursos do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) deveriam ser destinados à compra de produtos da agricultura familiar (Lei nº 11.947/2009), dentre outras «políticas emancipatórias» (Fernandes, 2013) efetivadas entre 2003 e 2016, foram essenciais para o fortalecimento da Reforma Agrária, da agricultura familiar e da expansão da produção de base agroecológica.

Nessa esteira, conforme relato de Informante-Chave (IC, 2024<sup>2</sup>), para além dos mercados institucionais, o MST criou, em 2008, o «Escritório de Comercialização da Reforma Agrária» (ECRA), engajado para viabilizar a comercialização de alimentos produzidos pelas cooperativas do Movimento diretamente aos consumidores e mercados na cidade de São Paulo. Este escritório facilitou a comercialização dos produtos da Reforma Agrária, permitindo que os alimentos chegassem aos consumidores urbanos e ampliassem o alcance da RAP.

Após a fundação do ECRA, o MST acumulou experiências significativas na comercialização, impulsionado pelos camponeses que enfrentaram o desafio de expandir as conexões de comercialização tradicionais experimentadas até aquele momento. A repercussão da segunda edição da Feira Nacional da Reforma Agrária, realizada em 2015, que contou com cerca de 1.000 expositores e atraiu aproximadamente 250.000 visitantes, destacou um importante processo de trabalho coletivo e evidenciou a necessidade de espaços permanentes e melhor estruturados para a comercialização dos produtos. Movidos por esse desafio, em 2016, na cidade de São Paulo, foi inaugurada a primeira unidade da rede Armazém do Campo (IC, 2024).

A partir de 2016, com o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff e a desestruturação das políticas de desenvolvimento para a agricultura familiar e para a agroecologia no Brasil (Grisa *et al.*, 2022; Finatto *et al.*, 2024), ficou evidente a necessidade de fortalecer os canais de comercialização que garantissem maior autonomia às famílias camponesas, como é o caso da rede AdC. Atualmente, em face da retomada das políticas emancipatórias no governo Lula III (como a revitalização do PAA e a retomada

---

2 Entrevista concedida por Informante-Chave (IC, 2024), atuante no setor de Comercialização do MST. Entrevistadores: Autores. Formato remoto. São Paulo, 2024. Citação no texto IC, 2024.

do Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica [PLANAPO III]), a meta do MST consiste em consolidar e expandir a rede AdC em cidades com mais de 200.000 habitantes, em todo o país. Isso significa abrir aproximadamente 500 desses centros logísticos até o ano de 2035 (IC, 2024).

Essa meta, ousada, expressa a capacidade produtiva e organizativa do MST. Vislumbra, doravante, a possibilidade de expansão da agricultura camponesa e da produção agroecológica realizada em suas cooperativas, assentamentos e acampamentos. Para Ludwig *et al.* (2019), os resultados de um AdC envolvem o alcance dos objetivos gerais de organização e a forma como ele pode contribuir para cada um desses objetivos. O foco é fortalecer o cooperativismo nas cadeias produtivas, promovendo a interação entre as unidades do AdC e apoiando a transição agroecológica conduzida pelo MST. Além disso, busca-se demonstrar à sociedade, submetida às relações capitalistas, a importância do respeito ao ser humano e aos processos ecológicos, apresentando um outro projeto de campo para a classe trabalhadora urbana em que ela possa se reconhecer e participar.

Conforme assinalado, os alimentos comercializados pelo MST contêm uma perspectiva política que incorpora os princípios do Movimento. São identificados por nomes de produtos específicos, marcas e selos de qualidade que destacam sua origem e mensagem ulterior. Algumas dessas marcas são Terra Livre, Campo Vivo, Terra Viva, Monte Veneto, COPAVI, Terra de Sabores e Cultivando Vidas. Os selos, como aqueles de produtos orgânicos (certificados via Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica [SisOrg]), Raízes do Campo, Aqui Tem Agricultura Familiar, juntamente com as indicações de que são produtos oriundos da Reforma Agrária, reforçam o compromisso do MST com a produção sustentável e a valorização das relações entre campo e cidade.

Os Armazéns do Campo têm uma importância fundamental no fortalecimento do plano agrário desenvolvido pelo MST, que busca promover mudanças sociais profundas que transcendem a questão do acesso à terra, formando a Reforma Agrária Popular<sup>3</sup>. Com a RAP avançando em territórios rurais e urbanos, será possível o fortalecimento da agricultura de base familiar, o uso consciente dos recursos naturais para garantir uma produção sustentável, a viabilidade econômica dos empreendimentos populares e a promoção de uma comercialização justa, entre outros, o que repercuta em impactos positivos ao conjunto da sociedade.

---

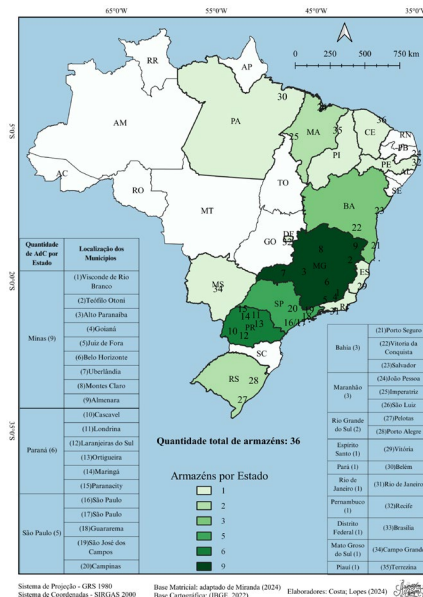
3 «O programa agrário do Movimento dos(as) Trabalhadores(as) Rurais Sem Terra busca uma mudança estrutural na relação com o acesso à terra, os bens da natureza, modos de produção e organização comunitária camponesa» (MST, 2021). <https://mst.org.br/2021/07/16/o-que-e-o-programa-de-reforma-agraria-popular-do-mst/>

Nesse cenário, os Armazéns do Campo se destacam em contribuir com a independência em relação a atravessadores que se apropriam da maior parte da renda dos camponeses. Ao facilitar a comercialização direta entre agricultores e consumidores, os AdC ajudam a superar barreiras legais e burocráticas, fortalecendo, assim, a autonomia relativa das famílias camponesas do MST.

Para isso, a gestão e a estrutura organizacional dos AdC seguem a prática da setorização do trabalho, que visa conferir protagonismo e autonomia a todos os envolvidos, cultivando um sentimento de pertencimento. Os setores são meticulosamente designados, abarcando produtores, equipe técnica, vendedores e entregadores, entre outras funções pertinentes.

A organização e a disseminação de informações dos AdC são conduzidas em reuniões em que as equipes têm a oportunidade de se comunicar e considerar sugestões sobre como avançar nos processos de forma coletiva e justa para todos. Essa ação permite que todos possam fazer parte do processo de avaliar os problemas e desafios enfrentados, propiciando a construção da práxis por meio de um processo dialético.

Atualmente, as unidades do AdC estão concentradas, em sua maior parte, em grandes cidades e regiões metropolitanas, como pode ser observado na Figura 1. O MST, no entanto, como já mencionado, intenciona expandir a rede AdC para cidades com população acima de 200.000 habitantes.



Em 2024, existiam, no total, 36 unidades do AdC em operação no Brasil. A distribuição espacial da rede AdC, conforme representado na Figura 1, é orientada por quatro lógicas<sup>4</sup> complementares entre si: 1) cidades com elevado potencial de consumo de alimentos agroecológicos e da Reforma Agrária; 2) cidades com importantes índices demográficos com vistas a informar e construir redes de interações baseadas na RAP; 3) viabilidade logística para escoar os produtos das cooperativas do MST e estabelecer conexões com produtores locais-regionais para o fornecimento de alimentos *in natura*; e 4) cidades situadas em regiões onde o MST dispõe de densidade de infraestrutura e nível de organização e de produção elevados.

Na análise das unidades do AdC, observamos que 19 estão localizadas em grandes cidades, aquelas com mais de 500.000 habitantes, predominando nas capitais ou metrópoles. Além disso, há 9 unidades em cidades de médio porte, com população abaixo de 500.000 habitantes, como Cascavel, que é o local de estudo e servirá para desenvolver análises e estratégias para essas unidades. Por outro lado, notamos também a presença de 7 unidades em cidades consideradas pequenas, com menos de 100.000 habitantes, como Paranacity, que tem 9.557 habitantes (IBGE, 2023).

Para se chegar ao atual estágio desse projeto, ainda em construção, foram necessários mais de 20 anos, considerando-se: I) as mudanças na organização social e política do MST (desde a ênfase cooperativista à adoção da agroecologia como matriz produtiva da RAP); II) os pré-condicionantes (as políticas públicas de abastecimento e a legislação sobre os sistemas orgânicos de produção no Brasil, por exemplo); e III) os debates internos ao MST sobre a RAP e a premência por avançar na construção de mercados para o fortalecimento da Reforma Agrária.

Nas Figuras 2 e 3 é possível observar os aspectos ponderados até o momento sobre as unidades do AdC, entre eles a socialização entre o público consumidor no interior da loja, os elementos imagéticos de cunho político-cultural e a promoção dos alimentos agroecológicos. Segundo Machado (2024, p. 28):

Nos mercados da RAP, geralmente os consumidores têm acesso a história de luta por trás de cada mercadoria e os produtores são valorizados. Isso acontece através do diálogo entre consumidor e vendedor, mas também pela presença do símbolo do MST nas embalagens, que comunica a identidade com a luta pela terra, assim como a identificação da cooperativa produtora e do local de produção.

---

4 Não há uma ordem de importância entre essas lógicas.

Nesses termos, a rede AdC compreende sistemas de relações que buscam contribuir para a construção de um sistema agroalimentar diferente do convencional: economicamente viável, socialmente justo e ecologicamente sustentável (Altieri e Nicholls, 2003).



**FIGURA 2.** Vista interna do Armazém do Campo, São Paulo.

Nota. Fonte: Setor de comercialização do MST (2022).

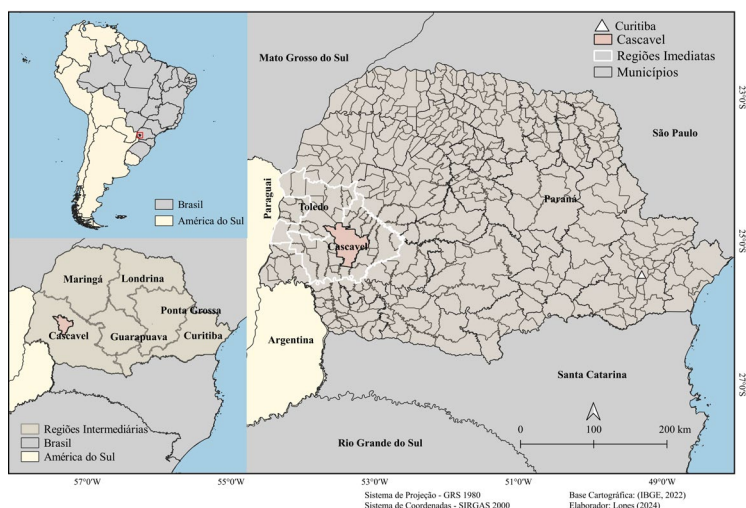


**FIGURA 3.** Loja virtual - Armazém do Campo, São Paulo.

Nota. Fonte: AdC (2025).

## A territorialização do projeto Armazém do Campo - Unidade Cascavel

A unidade AdC Cascavel (Figura 4) foi inaugurada em um espaço físico já existente na cidade e pertencente à brigada<sup>5</sup> Texeirinha. A história desse local está intimamente ligada a um silo de beneficiamento de grãos, propriedade do antigo dono da área. Antes da chegada do MST, o silo era pequeno e pouco utilizado, pois os fazendeiros da região preferiam adquirir insumos de outros silos, que ofereciam melhores condições de serviços. Com a ocupação e a organização do MST na região, surgiu a demanda por insumos para as famílias acampadas. Essa nova dinâmica criou uma relação entre o MST e o proprietário do silo, possibilitando a compra do imóvel urbano onde hoje funciona a unidade.



**FIGURA 4.** Localização do município de Cascavel, no Paraná

Atualmente, o espaço físico já foi pago e no local funcionam o AdC-Cascavel, o escritório administrativo da Cooperativa de Produção e Comercialização da Reforma Agrária e Agricultura Familiar (COPCRAF<sup>6</sup>), um

5 Brigada é um termo organizacional utilizado pelo MST para dividir os territórios da Reforma Agrária, facilitando a gestão interna do Movimento. Cada território pode ser formado por um ou mais acampamento e/ou assentamento, e o objetivo é garantir que as diretrizes do MST, como condições de viver, produzir e manifestar-se de forma digna, se efetivem.

6 A COPCRAF foi fundada por agricultores familiares atingidos pela barragem do rio Iguaçu e reorganizada em 2016 por assentados da Reforma Agrária da região Oeste do Paraná. Com 126 cooperados, sendo 62 homens e 64 mulheres, a cooperativa promove a equidade de gênero e apoia o desenvolvimento econômico e organizacional das famílias assentadas e da agricultura familiar, com foco na produção agroecológica e na economia solidária.

depósito com uma câmara fria e uma casa, que serve de alojamento para os que ali trabalham.

Os produtos comercializados pela unidade do AdC-Cascavel são oriundos tanto de cooperativas de produção de diversas regiões do Brasil, quanto diretamente de produtores locais, especialmente no caso dos alimentos *in natura*.

Entre as comunidades com vínculo direto de fornecimento se destacam o assentamento Valmir Mota de Oliveira, o assentamento Santa Teresinha e o pré-assentamento Resistência Camponesa, estes localizados em Cascavel, e os assentamentos Sepé Tiarajú e Olga Benário, situados no município vizinho de Santa Tereza do Oeste. Todos esses territórios da Reforma Agrária estão vinculados ao processo de certificação participativa<sup>7</sup> efetivado pela Rede Ecovida de Agroecologia<sup>8</sup>, proporcionando rastreabilidade e procedência confiável aos produtos.

É importante ressaltar que nem todos os agricultores com certificação orgânica dos territórios citados entregam produtos ao Armazém, pois há pouca demanda de produção. Entretanto, se observa uma crescente procura dos consumidores por esse tipo de alimento. Assim, é possível organizar a integração dos demais produtores e, simultaneamente, intensificar as vendas.

Um aspecto importante a ser destacado é que muitos dos produtos cultivados e comercializados são excedentes da produção das famílias camponesas, ou seja, aquilo que extrapola a capacidade de autoconsumo familiar. Isso ocorre especialmente com as frutas, a mandioca e o feijão. As frutas, em especial, representam um grande desafio para o AdC-Cascavel, pois estão disponíveis em pouca quantidade e diversidade.

Os produtos comercializados são diversificados (Figuras 5 e 6) e abrangem desde aqueles *in natura* (banana, pinhão, alface, cenoura, couve etc.) até os processados (pães, massas etc.).

---

7 Um Sistema Participativo de Garantia da Qualidade Orgânica (SPG), conforme Decreto nº 6.323 de 27 de dezembro de 2007, é definido como o «conjunto de atividades desenvolvidas em determinada estrutura organizativa, visando assegurar a garantia de que um produto, processo ou serviço atende a regulamentos ou normas específicas e que foi submetido a uma avaliação da conformidade de forma participativa». Neste caso, o controle da qualidade orgânica dos produtos é realizado pelos próprios integrantes do sistema. A modalidade de certificação consta no selo orgânico presente nos produtos (Brasil, 2007).

8 Para maiores informações, conferir <https://ecovida.org.br/>



**FIGURAS 5 E 6.** Produtos comercializados no AdC-Cascavel

Nota. Fonte: Costa (2024).

Vale destacar que atualmente o Armazém do Campo adota, como praxe para a composição dos preços, uma margem de ganho de aproximadamente 30% sobre os custos de produção e logísticos dos alimentos. Isso permite que os alimentos não processados sejam de ótimo custo-benefício por serem provenientes de circuitos curtos de comercialização. Entretanto, é uma margem que confere riscos ao empreendimento, considerando a realidade de perdas dos produtos na dinâmica de comercialização. Por conta disso, segundo IC (2024), a gestão do AdC-São Paulo está revendo sua forma de precificação. Essa nova abordagem consistirá em cobrar uma taxa de serviço pela venda dos produtos, evitando assumir o prejuízo com alimentos que estragam. Esse método já é utilizado nas vendas institucionais da COPCRAF e pode ser uma alternativa para o AdC-Cascavel.

A COPCRAF está inserida em um contexto integrado com o MST, com o AdC-Cascavel e com a Rede Ecovida de Agroecologia, fortalecendo vínculos que potencializam suas atuações. Sendo assim, a cooperativa desenvolveu um projeto com o objetivo de estruturar e ampliar as unidades produtivas agroecológicas das famílias associadas, buscando fortalecer a logística e os canais de comercialização. O projeto também visa agregar valor à produção agroecológica, promovendo o desenvolvimento das famílias vinculadas aos grupos agroecológicos da Rede Ecovida.

Para a melhoria da logística dos alimentos produzidos na região, objetivou-se no projeto a compra de um caminhão para melhorar as condições de transporte, já que os meios de transporte utilizados não garantiam o atendimento das entregas, tanto em qualidade como em quantidade, em nível satisfatório. Dessa forma, obteve-se o recurso para a aquisição do caminhão e, por meio de recursos próprios, adquiriu-se a câmara fria, a fim de garantir a qualidade dos produtos até o consumidor final, seja para as escolas, seja para os clientes do Armazém.

O projeto mencionado também integra a produção de frutíferas para o AdC-Cascavel, conforme citado anteriormente, com potencial de fornecer para outros mercados, como os institucionais (via PAA e PNAE). Essa iniciativa também tem potencialidade de despertar interesses nos demais produtores e, assim, abrir oportunidade de massificar a produção e as agroindústrias na região.

O objetivo consiste em fomentar subsistemas de produção integrados em que a fruticultura possa ser inserida com a horticultura, aportando benefícios mútuos de sombreamento parcial para as hortaliças nos períodos mais quentes, quebra-vento e melhor aproveitamento da água e da irrigação.

O projeto beneficiou 43 unidades familiares por meio da realização de 28 oficinas conduzidas pela equipe técnica do Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia (CAPA) e da COPCRAF, abordando temas como manejo e conservação do solo, adubação, calagem e implantação de mudas e espaçamentos, entre outros pertinentes à produção (integrada ou não) das mudas de frutífera. Além disso, foram distribuídos, junto com as mudas, adubos e biofertilizantes orgânicos para garantir melhoria na fertilidade, no equilíbrio do solo e na produtividade.

### **Características do mercado consumidor do AdC-Cascavel**

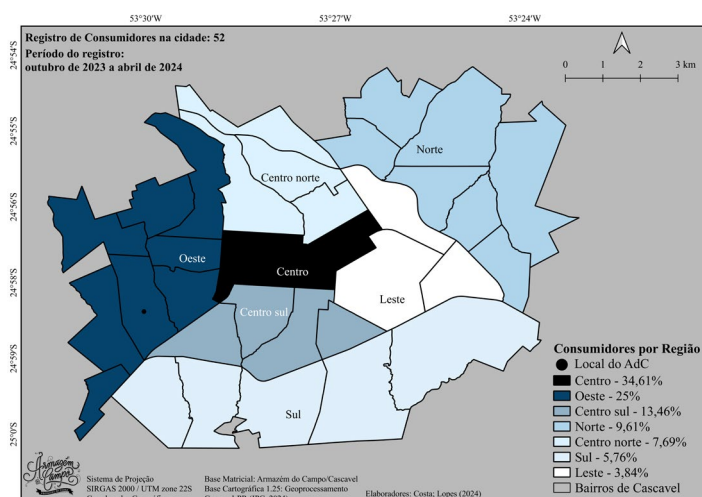
O público do AdC-Cascavel apresenta características homogêneas e oferece boas oportunidades de mercado. A maioria dos 102 entrevistados vive nas proximidades das áreas pesquisadas, seja nas ruas periféricas ou na avenida onde a unidade se localiza, representando um montante de 88,2%, o que sugere uma oportunidade significativa, já que o acesso físico é existente e facilitado.

O perfil econômico identificado ficou distribuído da seguinte forma: 40% com renda familiar entre 1 e 3 salários mínimos; 19% com renda de até 1 salário; 14% acima de 3 salários e 27% não responderam. A renda dos consumidores indica potencial, especialmente para os produtos *in natura* (que podem ser comercializados com preços mais acessíveis), mas demonstra capacidade para os produtos processados.

O interesse por alimentos da agricultura de base familiar é alto, pois 95% das pessoas responderam ser importante consumir produtos com essa procedência. Apesar disso, apenas 33% responderam que têm acesso a alimentos provenientes de sistemas de produção familiar. Já em relação aos produtos orgânicos, 66,6% responderam que sabem o que é um produto orgânico e o mesmo número de participantes afirmou ter consumido algum produto orgânico nos seis meses anteriores à pesquisa.

No que se refere ao conhecimento acerca da existência da unidade do AdC-Cascavel, verificou-se que 81,37% dos respondentes declararam desconhecê-la, 13,72% afirmaram ter conhecimento a seu respeito e 4,90% não se manifestaram. Por sua vez, 76,47% demonstraram interesse em conhecer a unidade, enquanto 6,86% afirmaram não possuir tal interesse e 15,68% não responderam à questão. Esses dados evidenciam o potencial de expansão e de difusão do AdC-Cascavel.

A Figura 7, resultado do mapeamento por meio do sistema Kyti<sup>9</sup>, apresenta a distribuição dos consumidores do AdC-Cascavel, fornecendo informações para possíveis estratégias e, também, para a otimização logística das entregas.



**FIGURA 7.** Distribuição das vendas do AdC-Cascavel, segundo as regiões do perímetro urbano

Nota. Fonte: Lopes (2024).

De acordo com as informações do mapa, e baseado nas experiências concretas das entregas, chega-se à conclusão da necessidade de organizar grupos coletivos de consumidores, pois há o exemplo de vizinhos que fazem o pedido juntos para economizar na entrega. Dessa forma, com a adoção de certas medidas seria possível aumentar consideravelmente as vendas por meio de frete grátis, promoções progressivas por níveis e conscientizar cada vez mais o consumo de alimentos saudáveis, podendo ofertar cestas prontas, além da facilidade de informações agregando sistema de monitoramento das entregas. Essa abordagem é viável

<sup>9</sup> Sistema de vendas e de gestão comercial para diferentes dispositivos, como celular, tablet e computador.

principalmente nos condomínios em que há mais de um consumidor, e dialoga com a intencionalidade do MST de promover, cada vez mais, a interação social por meio de iniciativas coletivas que mostrem ao consumidor os objetivos da RAP.

A localização dos consumidores mostrou que a maior concentração de clientes está na região central de Cascavel, onde a renda é mais elevada, e mostrou também que há um número considerável de consumidores na região oeste da cidade, onde se encontra o Armazém. Esse dado sugere que o AdC é um mercado de proximidade, destacando a importância de direcionar esforços de divulgação para áreas com maior potencial de retorno financeiro, sem perder de vista o objetivo de democratizar o acesso à alimentação saudável para toda a população.

Em concordância com o relato do IC (2024), o consumidor procura por comodidade e preço baixo. O incentivo às agroindústrias locais poderá garantir mais diversidade de alimentos e preços mais acessíveis, já que um dos grandes fatores que eleva o preço dos alimentos nas unidades do AdC é a logística.

### **Armazém do Campo: entre oportunidades e desafios**

Conforme ponderado, as famílias camponesas envolvidas no MST lutam pela RAP como uma forma de conquistar autonomia e dignidade. No entanto, ao serem assentadas, muitas vezes, acabam se subordinando às grandes empresas e corporações do agronegócio ocasionando a monopolização do território pelo capital, como assevera Oliveira (2015). A disputa territorial pela terra e pela organização da produção incorporou o campo de forças das relações de mercado, passando a ser objeto de atenção do Movimento.

A proposta da agroecologia e a construção de mercados para os produtos da Reforma Agrária visam expandir a autonomia do campesinato e massificar a luta por transformações sociais mais amplas. A disputa territorial nas relações (sociais e de poder) de mercado, com efeito, ainda tem muito a evoluir, pois estima-se que 90% da produção atual dos territórios da Reforma Agrária não é comercializada com autonomia pelos camponeses. Em vez disso, é negociada por atravessadores e cooperativas de comercialização que se beneficiam do valor agregado aos produtos. Consequentemente, as famílias camponesas recebem um valor pelos produtos que mal cobre suas necessidades financeiras básicas (IC, 2024).

O processo de construção territorial de mercados, todavia, é um campo de forças e de aprendizados que apresenta inúmeros desafios emergentes aos camponeses e ao MST. Dentre eles, conforme evidenciado pela pesquisa, podem ser citados os seguintes: I. Logísticos; II. Gestão de

empreendimentos sociais; III. Escala e diversidade produtiva; IV. Comunicação e marketing; V. Pessoal e infraestruturas; VI. Composição de preços. Vejamos, sucintamente, determinados aspectos dessa complexidade (Tabela 1).

**TABELA 1.** Desafios inerentes ao modelo de mercados da rede AdC

Desafio	Elementos a ponderar
I	Viabilizar com eficiência e redução de custos a circulação dos alimentos transformados oriundos das cooperativas do MST, haja vista sua dispersão por várias regiões do Brasil. Organizar Circuitos Curtos, em cada AdC, para o fornecimento de produtos <i>in natura</i> e com maior propensão à perecibilidade.
II	Garantir o <i>know-how</i> necessário para uma gestão viável, administrativa e economicamente, do empreendimento social.
III	Ampliar a escala de produção para viabilizar a logística e reduzir custos finais. Oferecer, correntemente, diversidade produtiva de alimentos processados e <i>in natura</i> . Os alimentos agroecológicos possuem especificidades relacionadas à legislação, o que implica a necessidade de segregação dos produtos convencionais (produção, transformação, circulação e comercialização).
IV	Organizar formas de comunicação e marketing eficientes e adaptadas aos distintos contextos espaciais dos AdC.
V	Necessidade de contar com infraestruturas adequadas e de posicionar as unidades dos AdC em pontos estratégicos para ampliar a interação com o público frequentador e consumidor. Contar com um número adequado de pessoas para oferecer qualidade de serviços e atendimentos.
VI	A composição dos preços é resultado final de todos esses desafios. Isso envolve remunerar adequadamente produtores e trabalhadores; fortalecer as cooperativas e os processos agroecológicos; tornar, progressivamente, mais eficiente a logística; e contar com infraestruturas que não impliquem em altos custos fixos, como aluguéis, entre outros.

Os mercados camponeses, como também as suas cooperativas, enfrentam o desafio de conciliar a busca por benefício social com a necessidade de assertividade em um mercado hegemônico por relações capitalistas. Para abordar essa contradição, é crucial adotar uma solução adaptada às características específicas de cada AdC, mantendo a responsabilidade social sem comprometer a viabilidade econômica. Nesse contexto, o propósito das empresas sociais deve ir além dos resultados econômicos, priorizando princípios humanistas e emancipatórios como liberdade, solidariedade e igualdade (Ludwig *et al.*, 2019).

Atualmente, o maior desafio enfrentado pela rede AdC está relacionado à definição de estratégias para se efetivar um preço justo e acessível: um debate complexo. Este é um desafio coletivo enfrentado pelo MST e

está intrinsecamente ligado a outras questões, que exigem uma estratégia profunda, especialmente considerando que operamos dentro de um sistema capitalista e que há demanda de retorno financeiro. Além disso, a logística continua sendo um fator significativo, que impacta diretamente a definição de um preço mais acessível para a classe trabalhadora em geral, juntamente com a necessidade de oferecer diversidade e conveniência para o público (IC, 2024).

Segundo Machado (2024), um dos grandes desafios do AdC é que os produtos cheguem às prateleiras com preço acessível. Conforme salientado, isso está diretamente relacionado com a escala (produção e vendas) e com a logística de distribuição. Entende-se que um dos caminhos para superar esse desafio é a expansão da rede Armazém do Campo, visto que quanto mais lojas houver para abastecer, maior será a escala da comercialização e menores serão os custos de transporte.

Além disso, a questão dos preços é algo relativo e fundamental de ser trabalhado pela comunicação e pelo marketing da rede AdC. Em certos casos, nem sempre os preços dos produtos da Reforma Agrária são mais elevados em relação aos dos supermercados locais. Em outros casos, há custos de produção (certificação orgânica, por exemplo) e qualidades intrínsecas aos alimentos (serviços ambientais, remuneração justa aos trabalhadores etc.) que fazem incoerente a comparação de preços com produtos convencionais (comumente produzidos com acentuadas externalidades ambientais e exploração do trabalho).

### **Considerações finais**

O estudo sobre o AdC-Cascavel revelou um empreendimento que, apesar de recente, já demonstra um impacto significativo na promoção da Reforma Agrária Popular e da agroecologia a partir dos territórios camponeses. Desde a sua inauguração, em 2020, o AdC-Cascavel tem evoluído como um espaço de conexão entre produtores camponeses e consumidores urbanos, fortalecendo a economia solidária e a soberania alimentar. No entanto, como qualquer iniciativa inovadora, enfrenta desafios que exigem planejamento estratégico e adaptações contínuas.

Um dos principais desafios é a logística dos alimentos processados e adquiridos de outros estados, que impacta diretamente nos preços dos produtos. A distância entre cooperativas e os armazéns em nível nacional eleva os custos operacionais e apresenta uma das maiores problemáticas. Entretanto, o AdC-Cascavel tem buscado soluções para intensificar a disponibilidade de produtos in natura com a integração com a COP-CRAF, que adquiriu um caminhão e uma câmara fria para melhorar a qualidade e a eficiência do transporte. Além disso, o projeto de fruticultura

agroecológica nos assentamentos da região estima diversificar a oferta de produtos e potencializar o empreendimento a médio prazo.

Outro desafio é a visibilidade e a conscientização do público sobre a existência e os objetivos do AdC. A pesquisa de campo mostrou que embora haja interesse em alimentos orgânicos e da agricultura familiar, a maioria dos entrevistados desconhece a unidade Cascavel. Isso, portanto, indica a necessidade de investir em estratégias de *marketing* mais assertivas, como uma campanha de divulgação direta, parcerias com eventos locais e ajustes no ponto de venda. A criação de grupos coletivos de consumidores, especialmente em condomínios, também pode ampliar o número de consumidores, favorecendo o alcance das metas do Plano Agrário do MST.

Em termos de planejamento estratégico, o AdC-Cascavel precisa potencializar sua identidade como um espaço não apenas de comercialização, mas também de educação e conscientização sobre a importância da RAP e da agroecologia. A promoção de atividades culturais, debates e eventos educativos pode fortalecer o vínculo com a comunidade e ampliar o impacto social do empreendimento.

Por fim, a expansão da proposta do AdC-Cascavel passa pela diversificação estratégica da oferta de produtos, especialmente através do fortalecimento e engajamento dos produtores por meio das agroindústrias locais-regionais. A produção de alimentos processados, como sucos, geleias e polpas de frutas, pode agregar valor à produção camponesa, reduzir custos logísticos e oferecer opções mais acessíveis aos consumidores. Além disso, a integração com as políticas públicas, como o PNAE e o PAA, proporcionou uma demanda estável para os produtores e ampliou o alcance dos produtos da RAP.

Em síntese, o AdC-Cascavel representa uma iniciativa promissora na construção de mercados que valorizam a produção camponesa e promovem a soberania alimentar. A superação dos desafios logísticos, de visibilidade e de preços exigirá um esforço coletivo e contínuo, mas os resultados já alcançados demonstram o potencial transformador dessa proposta. Com planejamento estratégico, investimento em infraestrutura, apoio de políticas públicas e engajamento dos territórios, o AdC-Cascavel pode se consolidar como um modelo de referência para outras cidades de médio porte, contribuindo para a construção de um sistema agroalimentar mais justo e sustentável.

### **Contribución de autoría**

Elicar Antonio Costa participou nas fases de conceptualización, curación de datos, análise de datos, investigación, metodoloxía, administración de proxecto, recursos y *software*.

Márcio Freitas Eduardo participou nas fases de conceptualización, análise de datos, metodoloxía, administración de proxecto, supervisión, validación, redacción do borrador orixinal, y redacción, revisión y edición do texto final.

Roberto Antônio Finatto participou nas fases de curación de datos, análise de datos, validación, y redacción, revisión y edición do texto final.

### **Fuente de financiamiento**

Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária (PRONERA).

### **Potenciales conflictos de interés**

Ninguno.

### **Agradecimientos**

Instituto Educar, UFFS, MST, Armazém do Campo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Altieri, M., Nicholls, C. (2003). Agroecologia: resgatando a agricultura orgânica a partir de um modelo industrial de produção e distribuição. *Revista Ciência e Ambiente*, 14(27), 141-152.

Brasil. (2003a). Lei nº 10.696, de 2 de julho de 2003. Dispõe sobre a respectuação e o alongamento de dívidas oriundas de operações de crédito rural, e dá outras providências. [https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra?codteor=727660&filename=LegislacaoCita da%20PL%206680/2009](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=727660&filename=LegislacaoCita da%20PL%206680/2009)

Brasil. (2003b). Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/l10.831.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.831.htm)

Brasil. (2007). Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007. Regulamenta a Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências. [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2007/decreto/d6323.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6323.htm)

Brasil. (2009). Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009. Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar e do Programa Dinheiro Direto na Escola aos alunos da educação básica [...] e dá outras providências. [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/lei/l11947.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11947.htm)

Brasil. (2024). Portaria Interministerial MDA/SG-PR/MAPA/MDS/MMA/MS/MCTI nº 7, de 15 de outubro de 2024. Institui o Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica - Planapo, para o período 2024-2027. <https://www.in.gov.br/web/dou/-/portaria-interministerial-mda/sg-pr/mapa/mds/mma/ms/mcti-n-7-591352552>.

Eduardo, M. F., Eduardo, D. C. B. e Finatto, R. A. (2023). A construção territorial dos mercados para a Agroecologia. *Revista Mutirão. Folheto de Geografias Agrárias do Sul*, 4(3), 130-152. <https://doi.org/10.51359/2675-3472.2023.261626>

Fernandes, B. M. (2013). Construindo um estilo de pensamento na questão agrária: o debate paradigmático e o conhecimento geográfico. [Tese de livre docência, Universidade Estadual Paulista «Júlio de Mesquita Filho»].

Finatto, R. A., Eduardo, M. F. e Konrad, J. (2024). Espacialização e dinâmica temporal dos Sistemas Orgânicos de Produção Agropecuária no Brasil. *Revista NERA*, 27(3), 1-23. <https://doi.org/10.47946/rnera.v27i3.10368>

Gonçalves, S. (2008). *Campesinato, resistência e emancipação: o modelo agroecológico adotado pelo MST no Estado do Paraná*. [Tese de doutorado, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista].

Grisa, C., Schmitt, C. J., Silva, A. P. da, Leite, S. P., Zimmermann, S. e Barbosa, Y. R. (2022). *A desestruturação das políticas públicas de fortalecimento da agricultura familiar: mudanças institucionais, estratégias de desmonte e novas configurações*. Fundação Heinrich Böll Stiftung.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2023). Censo Demográfico 2022: população e domicílios: primeiros resultados. IBGE.

Lázaro Aquino, T. G. (2024). Las comunidades campesinas en el Perú: organización, conflictos y acción colectiva, Junín, 1959-2017. *Desde el Sur*, 16(2), e0025.

Leite, F. T. (2008). *Metodologia Científica. Métodos e técnicas de pesquisa (monografias, dissertações, teses e livros)*. Ideias & Letras.

Ludwig, A., Brose, L. e Martinez, J. (2019). *Modelo da Rede Armazém do Campo: Produtos da Terra. Manual do Armazém do Campo*. [Não publicado].

Machado, A. S. (2024). *A formação dos mercados da reforma agrária popular pelo MST no Brasil (2003-2023)*. [Tese de Doutorado em Geografia, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista].

Oliveira, A. U. (2015). A mundialização do capital e a crise do neoliberalismo: o lugar mundial da agricultura brasileira. *Geosp. Espaço e Tempo*, 19(2), 229-245. <https://doi.org/10.11606/issn.2179-0892.geosp.2015.102776>

Ploeg, J. D. V. D. (2009). Sete teses sobre a agricultura camponesa. Em P. Petersen (Org.), *Agricultura familiar camponesa na construção do futuro* (pp. 17-31). AS-PTA.

Rizzo, F. M. (2017). *O MST, Cooperativismo e o Projeto Armazém do Campo*. [Dissertação de Mestrado, Curso de Tecnologia em Agronegócio, Faculdade de Tecnologia de Botucatu].

Saquet, M. A. (2022). ¿Territoriología en/de la praxis? *Mercator*, 21, 01-13. <https://doi.org/10.4215/rm2022.e21031>

Souza, M. A. (2006). *Educação e Cooperação nos Assentamentos do MST*. Editora da UEPG.

Stedile, J. P. (2012). Reforma Agrária. Em R. S. Caldart, I. B. Pereira, P. Alentejano e G. Frigotto (orgs.), *Dicionário da Educação do Campo* (pp. 659-668). Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio e Expressão Popular.

**Elicar Antonio Costa** é engenheiro Agrônomo militante do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Atua no Setor de Produção da Escola Nacional Florestan Fernandes (ENFF), em Guararema/SP.

**Márcio Freitas Eduardo** é Doutor em Geografia. Docente da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS, campus Erechim/RS). Líder do Núcleo de Estudos Agrários e Territoriais (NATERR).

**Roberto Antônio Finatto** é Doutor em Geografia. Docente do Departamento de Educação do Campo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Integra o Núcleo de Estudos Agrários e Territoriais (NATERR/UFFS) e o Grupo de Estudos e Pesquisa em Educação, Escola do Campo e Agroecologia (GECA/UFSC).

*Recepción: 5/6/2025*

*Aceptación: 7/1/2026*