

AGROECOLOGIA E VENDA DIRETA DE ALIMENTOS ORGÂNICOS: ESTUDO DE DUAS EXPERIÊNCIAS DE COMERCIALIZAÇÃO EM SANTA CATARINA

Edimar Luiz Rode¹

Oscar José Rover²

RESUMO

Este trabalho estudou duas experiências de venda direta por pedido antecipado (VDPA) de produtos orgânicos/agroecológicos, localizadas nas regiões de Lages (Cestas Agroecológicas Ecoserra) e Florianópolis (Células de Consumidores Responsáveis - CCR). Se analisou de que modo estas experiências valorizam princípios agroecológicos e dos circuitos curtos de comercialização em seus territórios. Para a análise foram escolhidos os princípios agroecológicos (i) diversificação produtiva & (ii) proximidade geográfica, e os princípios dos CCC (i) proximidade geográfica & (ii) proximidade relacional. O trabalho é um estudo de dois casos, em que os dados foram coletados através de observação participante, análise de documentos e entrevistas com informantes-chave. Ambas as experiências possuem grande diversidade comercializada, diferindo entre si pelo caráter *in natura* ou processado dos produtos, bem como pela sua origem territorial ou de locais mais distantes. A CCR evidenciou maior proximidade geográfica e relacional, garantindo mais produtos do território e maior participação dos agricultores e consumidores na cadeia. Concluímos que em ambas as experiências, em especial na da Ecoserra, há espaço para maior valorização de princípios da agroecologia e dos CCC.

Palavras-chave: circuitos curtos de comercialização; princípios agroecológicos; redes alimentares alternativas; agricultura familiar

AGROECOLOGY AND DIRECT SALE OF ORGANIC FOODS: STUDY OF TWO MARKETING EXPERIENCES IN SANTA CATARINA

ABSTRACT

This work studied two direct sale by advance order (VDPA) experiences of organic/agroecological products, located in Lages (Cestas Agroecológicas Ecoserra) and Florianópolis (Células de Consumidores Responsáveis – CCR) regions. Was analyzed how this experiences enhance agroecological principles and of the short food supply chains in their territories. For the analysis, the agroecological principles (i) production diversification and (ii) geographic proximity were chosen; and the principles of CCC (i) geographic proximity and (ii) relational proximity. The work is a two case study, where data were collected through participant observation, document analysis and interviews with key informants. Both initiatives have great commercial diversity, differing from each other by

¹ Graduando em Agronomia do Centro de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Rod. Admar Gonzaga, 1346, Bairro Itacorubi, Caixa Postal 476, CEP 88040-900, Florianópolis, SC, Brasil, edimar.rode91@gmail.com

² Graduado em Agronomia, Mestre em Sociologia Política, Doutor em Desenvolvimento Rural, Professor da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), ligado ao Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Florianópolis, SC, Brasil, oscar.rover@ufsc.br

the *in natura* or processed nature of the products, as well as by their territorial origin or from more distant places. CCR showed greater geographical and relational proximity, ensuring more products from the territory and greater participation of farmers and consumers in the chain. We conclude that in both experiences, especially at Ecoserra, there is room for greater enhancement of principles of agroecology and CCC.

Key-words: short food supply chains; agroecological principles, alternative food networks; family farming

1. INTRODUÇÃO

A agricultura industrial e o sistema agroalimentar global, controlado por grandes corporações, tem sido responsável por grandes impactos socioeconômicos e ambientais nas últimas décadas. É necessária uma alternativa a este modelo de produção, que seja pautada na valorização da agricultura familiar e camponesa, pois possuem sistemas agrícolas diversificados, conservam os recursos naturais, prestam serviços ecológicos e podem ser resistentes as mudanças climáticas e econômicas em curso no planeta (ALTIERI; NICHOLLS, 2012).

Nos últimos anos tem surgido debates sobre a construção de novos sistemas alimentares locais, com uma maior aproximação entre produtores e consumidores, com ambos tendo uma participação mais ativa nestes processos e maior poder de decisão (GELBCKE et. al., 2008). Estas discussões enfatizam temas relacionados aos Circuitos Curtos de Comercialização (CCC), os quais buscam aproximar produtores e consumidores geograficamente e relacionalmente, em mercados locais, que valorizam o território. Para Darolt (2013), estes circuitos curtos são viáveis e tem potencial de crescimento para agricultores familiares de base ecológica.

A fim de melhor entender estes novos sistemas alimentares localizados, esta pesquisa se baseou na seguinte pergunta: de que modo a organização e dinâmica das experiências de comercialização estimulam princípios agroecológicos e dos CCC nos territórios em que atuam?

O objetivo deste trabalho foi analisar comparativamente duas experiências de comercialização de cestas de alimentos orgânicos/agroecológicos, que atuam através da venda direta por pedido antecipado (VDPA). A análise se baseia em princípios agroecológicos e nos elementos chave do conceito de CCC, foram escolhidos dois princípios agroecológicos: *i*) diversificação produtiva e; *ii*) proximidade geográfica; e dois elementos chave dos CCC: *i*) proximidade geográfica (espacial) e; *ii*) proximidade relacional.

As experiências estudadas foram as Cestas Agroecológicas Ecoserra, em Lages/SC, e as Células de Consumidores Responsáveis, na Grande Florianópolis/SC. As Cestas Agroecológicas Ecoserra iniciaram experiência em 2018, com 16 consumidores, através de um projeto em parceria do Centro Vianei de Educação Popular com a Cooperativa Ecoserra (Cooperativa Ecológica dos Agricultores, Artesãos e Consumidores da Região Serrana), que visava trabalhar com consumidores e com incidência política. A Cooperativa Ecoserra tem uma longa história de atuação no Planalto Serrano Catarinense e desde sua fundação, em 1999, teve o objetivo de buscar alternativas de comercialização para os pequenos agricultores da região, além de atuar no processo de desenvolvimento sustentável (SANTOS, 2006).

As Células de Consumidores Responsáveis (CCR) tiveram início em 2017 e fazem parte de um projeto do Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar da Universidade Federal de Santa Catarina (LACAF/UFSC). O projeto busca a viabilização de um mercado aos agricultores e a ampliação do acesso dos consumidores aos alimentos orgânicos/agroecológicos. O LACAF atua como mediador na articulação entre grupos de agricultores familiares da Rede Ecovida de Agroecologia e grupos de consumidores. Atualmente participam da experiência 5 grupos de agricultores, totalizando 54 famílias, que abastecem pouco mais de 400 consumidores organizados em 12 células nos municípios de Florianópolis e São José.

As CCR³ aqui estudadas são aquelas abastecidas pelos agricultores do grupo Associada, atualmente são quatro, a primeira delas (CCR da Saúde/UFSC) teve início em fevereiro de 2019, com 42 consumidores. O grupo Associada é composto por 12 famílias de agricultores dos 5 municípios catarinenses de Major Gercino, Angelina, Nova Trento, Leoberto Leal e São João Batista.

Este trabalho está organizado em cinco partes, além desta introdução. As primeiras seções constituem o referencial teórico e abordam questões acerca dos temas sistema agroalimentar, princípios agroecológicos e circuitos curtos de comercialização. Nas seções seguintes são apresentadas: a metodologia utilizada na pesquisa, os resultados e discussões e, por fim, as considerações finais do trabalho.

³ As quatro CCR abastecidas pelo grupo Associada são: Em Florianópolis/SC: CCR da Saúde/UFSC, CCR O Sítio/Lagoa da Conceição e CCR ArqTec/Centro. Em Canelinha/SC: CCR Canelinha.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A agricultura industrial e o sistema agroalimentar

A agricultura industrial, pautada pela adoção de pacotes tecnológicos da Revolução Verde, como o uso intensivo de agroquímicos e mecanização, falhou em assegurar alimentos para a população, além de gerar vários impactos negativos como danos aos recursos hídricos, solos, ar, fauna, flora silvestre e saúde humana (ALTIERI; NICHOLLS, 2012). Este modelo de produção é extremamente dependente de combustíveis fósseis, além de capital externo, sendo controlado pelas corporações financeiras, detentoras dos agroquímicos e patentes das sementes modificadas (MACHADO; MACHADO FILHO, 2014). Essas corporações, são poderosas, controlam os investimentos no setor e monopolizam a distribuição mundial de alimentos, sendo também responsáveis pelo discurso dominante de que somente a maior modernização da agricultura será capaz de aumentar a produtividade agrícola e acabar com a fome (DAL SOGLIO, 2016).

O modo de organização da agricultura industrial é uma das principais causas da fome no mundo, pois predomina o interesse em gerar ganhos econômicos pela troca de mercadorias nas cadeias de produção (DAL SOGLIO, 2016). Segundo a FAO (2018), aproximadamente 800 milhões de pessoas no mundo sofrem de fome crônica. Ao mesmo tempo, o mundo já produz suficientemente para alimentar 9 a 10 bilhões de pessoas, a população estimada para o ano de 2050, o principal problema não é a oferta, mas a distribuição de alimentos, além do direito e acesso à terra, renda ou redes de apoio, para se ter uma dieta saudável (ALTIERI; NICHOLLS, 2012).

Além da perda de biodiversidade nos sistemas de produção convencionais, baseados na especialização produtiva, a exemplo das monoculturas, o modelo ligado à agricultura industrial é excludente para grande parte dos pequenos agricultores, especialmente os mais descapitalizados, que não conseguem atender as exigências de constantes inovações tecnológicas e aquisição de insumos externos. Além disso, os agricultores passaram a trabalhar para abastecer as grandes redes agroindustriais e o comércio para grande distribuição. Estes fatores aliados ao hábito de vida moderno de comer fora de casa favoreceram a criação de um modelo de produção-distribuição-consumo baseado em circuitos longos, afastando produtores e consumidores (DAROLT, 2013).

Este modelo de produção e distribuição alimentar, vem sofrendo muitas críticas, por suas externalidades socioeconômicas, além da degradação ambiental, e impactos na saúde de produtores e consumidores, gerando assim, movimentos contrários, que trazem apontamentos para redes agroalimentares alternativas, muitas delas pautadas por princípios da agroecologia (ROVER; RIEPE, 2015).

Uma das categorias deste trabalho irá analisar como as experiências estudadas estimulam a agroecologia nos territórios que atuam, através dos princípios de agrobiodiversidade e proximidade geográfica. Já a outra categoria abordará as relações de proximidade existentes na dinâmica de comercialização das experiências, através das relações de proximidade geográfica (espacial) e relacional, que são elementos chave no conceito de circuitos curtos de comercialização (CCC). A seguir traremos o referencial teórico que embasou a escolhas destas categorias de análise.

2.2 Agroecologia e alguns de seus princípios

A agroecologia é baseada na valorização do conhecimento da agricultura familiar e camponesa, das comunidades tradicionais, assim como da biodiversidade dos agroecossistemas. Ela se contrapõe ao sistema agroalimentar dominante globalmente, marcado pela agricultura industrial. A agroecologia promove a diversificação de variedades de cultivos, sistemas de cultivos intercalados, agroflorestas, integração entre produção animal-vegetal, aumentando assim a produtividade e o aproveitamento da luz solar, dos recursos hídricos e do solo (ALTIERI; NICHOLLS, 2012). Para estes autores, os sistemas de produção agroecológicos não são intensivos em uso de capital, trabalho ou insumos químicos, mas sim intensificam a eficiência dos processos biológicos, da fotossíntese, fixação de nitrogênio e da atividade biológica do solo. Assim a agroecologia possibilita uma produção mais sustentável no presente e ainda garante a produção de alimentos para as próximas gerações, através da menor dependência de insumos externos.

A agrobiodiversidade fortalece a resiliência ecológica e socioeconômica dos agroecossistemas e das famílias produtoras, reduzindo o risco ou a intensidade de perdas diante de mudanças climáticas. Ela permite criar novas oportunidades de mercados e aumentar a renda proveniente da comercialização da maior variedade de produtos, sem esquecer da maior segurança nutricional, consequência do consumo mais diverso de produtos de origem vegetal e animal (FAO, 2018). No presente trabalho, a

agrobiodiversidade será analisada considerando a diversidade de produtos comercializados, pois como Viegas (2016) consideramos que a diversidade de comercialização é causa e resultado de uma maior diversidade de produção, e quanto maior essa diversidade de comercialização, tenderá a ser maior a agrobiodiversidade nas unidades produtivas.

Os princípios agroecológicos requerem uma transformação nos sistemas de produção, fomentando a produção local de alimentos pelos agricultores familiares, baseada em conhecimentos ancestrais, em recursos locais, através do uso de variedades e raças locais de plantas e animais, adaptados ao território. Estes conjuntos de práticas tradicionais utilizados pelos agricultores se adaptam muito bem às condições de cada local e podem conduzir a conservação e regeneração dos recursos naturais, além de ser uma riqueza para pesquisadores que buscam criar novos agroecossistemas adaptados à realidade socioeconômica de pequenos agricultores (ALTIERI; NICHOLLS, 2012).

Dentro desta perspectiva de valorização do local e do território onde os processos produtivos acontecem e dos atores sociais envolvidos, é importante considerar não só a produção, mas também a distribuição, comercialização e consumo dos alimentos, e a construção de sistemas agroalimentares alternativos. Estes novos sistemas agroalimentares devem valorizar a escala local, mantendo articulações com escalas supralocais, tendo como um dos pilares a construção de circuitos comerciais de proximidade, garantindo melhores condições de construção de mercados pelos agricultores e maiores condições de acesso por parte dos consumidores (PEREZ-CASSARINO; FERREIRA, 2013). Nesta pesquisa, para a análise da proximidade geográfica existente entre os locais de produção e consumo, e a consequente valorização do local/ território, foi utilizada como referência a origem dos produtos comercializados, considerando a distância entre local de produção e consumo, e se foram produzidos dentro do território onde ocorre o consumo ou fora dele.

2.3 Redes agroalimentares alternativas e circuitos curtos de comercialização

Têm surgido vários movimentos contrários ao sistema agroalimentar hegemônico, aos quais a literatura convencionou denominar de redes agroalimentares alternativas (RAA), ou *alternative food networks (AFN)*. O termo redes agroalimentares alternativas é um termo abrangente utilizado para se referir a redes emergentes de produtores, consumidores e outros atores que incorporam alternativas ao modo industrial de produção e abastecimento de alimentos (MURDOCH et. al., 2000 apud RENTING et. al., 2003). Para Renting et. al.

(2003) as AFN são diversas e abrangem várias dinâmicas alternativas de produção-consumo, dentre estas se encontrando as “*short food supply chains*” (SFSC), ou os circuitos curtos de comercialização (CCC). Este conceito é mais específico e abrange as inter-relações entre os atores diretamente envolvidos na produção, processamento, distribuição e consumo de produtos alimentícios.

A abordagem de circuitos curtos de comercialização, em articulação com a noção de redes agroalimentares alternativas, não surgiu para contrapor apenas o modo industrial de produção convencional, mas também para fazer frente à outro problema que é a convencionalização da agricultura orgânica. A convencionalização da agricultura orgânica é um processo de apropriação de valores e práticas agroecológicas por grandes produtores ou empresas agroalimentares, que conduzem os agroecossistemas orgânicos de maneira muito similar à agricultura convencional. Esse processo ocorre também em organismos certificadores, mediadores políticos e principalmente na distribuição dos alimentos, com a participação de grandes redes varejistas (NIEDERLE; ALMEIDA, 2013).

Os CCC buscam reduzir a distância entre o local da produção e de consumo, aproximando relacionalmente produtores e consumidores, promovendo o cultivo de espécies locais e favorecendo a segurança alimentar através da facilidade de venda de produtos frescos e diversificados, por conta da menor distância (ROVER; RIEPE, 2015).

De acordo com Darolt (2013), não existe no Brasil uma definição oficial sobre CCC. Porém, segundo o autor, na França são elencados dois critérios para caracterizá-los: a distância relacional, quando existe até um intermediário entre produtor e consumidor; e a distância espacial, no caso da França, estabelecida em 80 km entre local de produção e de consumo (CHAFFOTTE; CHIFFOLEU, 2007). Darolt (2013) ainda apresenta a distinção de dois tipos de circuitos curtos: a venda direta, que ocorre das mãos do produtor ao consumidor; e a venda indireta, via um único intermediário, podendo esse papel ser assumido por um produtor, uma cooperativa, uma associação ou até lojas especializadas, restaurantes ou pequenos mercados. Também existem os mercados institucionais, que podem atuar por meio de venda direta ou indireta, dependendo se há intermediário entre o agricultor e o Estado (ROVER; RIEPE, 2015). De acordo com Renting et. al. (2003), os CCC podem ser de três tipos: face a face, criando relações de confiança pela interação direta entre agricultores e consumidores; de proximidade espacial, no qual os consumidores buscam os alimentos nos locais de produção ou em locais próximos às regiões de produção; e

especialmente estendido, onde as informações dos produtos e dos locais de produção são levadas através dos selos e certificados, mesmo havendo maior distância espacial entre produção e consumo.

A proximidade geográfica entre produtor e consumidor facilita a troca de cultivos que não são comercializados nos sistemas agroalimentares convencionais padronizados, promovendo uma maior agrobiodiversidade e autonomia dos agricultores (DAROLT et. al., 2013). Além disso, essa proximidade é vantajosa para os consumidores, que podem ter acesso a produtos mais baratos, se comparados a circuitos com maior presença de intermediários, que agregam mais valor aos produtos (DAROLT, 2013).

Porém, somente a proximidade geográfica é insuficiente para gerar relações sistemáticas e sinérgicas entre os agentes econômicos de uma região, exigindo levar em conta as formas sociais de ocupação do território, as opções estratégicas dos agentes econômicos, além das políticas públicas para a região (MALUF, 2004 apud. GELBCKE et. al., 2018). Sabendo que é possível ainda haver circuitos curtos espacialmente estendidos, mas que foram construídos sobre um forte enraizamento social e cultural em torno dos atores envolvidos na produção até o consumo (PEREZ-CASSARINO; FERREIRA, 2013), neste artigo utilizaremos a distância de 200 km como referência para avaliar a distância geográfica entre o local de produção e consumo. Tal distância foi estabelecida pelo LACAF para construção do mapa da Rede de Cidadania Agroalimentar da Grande Florianópolis, que definiu critérios que levam em conta a dinamização de formas de abastecimento responsável, visando fortalecer e ampliar relações em rede de produção-consumo (LACAF, 2020).

Para Renting et. al. (2003), os CCC redefinem as relações produtor-consumidor para além do encurtamento espacial, dando sinais claros sobre os atributos de qualidade dos alimentos e construindo cadeias transparentes, onde os produtos chegam até os consumidores com uma alta carga de informação. Segundo os autores, uma característica fundamental dos CCC é a capacidade de ressocializar e reespecializar os alimentos, assim o consumidor faz novos julgamentos de valor sobre qual alimento prefere consumir, baseado em seu próprio conhecimento ou experiência. Esta proximidade relacional nada mais é do que a construção coletiva de mercados, envolvendo relações de cooperação que mantem a proximidade relacional, mesmo quando haja um maior distanciamento espacial (GELBCKE, et. al., 2018). Nas experiências de venda direta estudadas, será analisada a proximidade entre os atores envolvidos, verificando as relações entre produtor-consumidor, produtor-

intermediário, intermediário-consumidor e entre consumidores, assim como verificando a presença de instituições/entidades parceiras.

2.4 Venda direta por pedido antecipado

Nas experiências de comercialização abordadas nesta pesquisa temos um tipo específico de venda direta, a venda direta por pedido antecipado (VDPA). A VDPA se dá através da articulação direta entre agricultores e consumidores, operacionalizada por meio da internet, por onde são realizados os pedidos antecipados das cestas de alimentos. Os pedidos são entregues em domicílio ou em pontos comuns de entrega, onde os consumidores retiram as cestas, de acordo com cada experiência (ESCOSTEGUY, 2019).

Uma das grandes vantagens deste tipo de venda direta é a garantia da venda, através dos pedidos antecipados, possibilitando assim que os agricultores realizem o planejamento da produção e da logística, de acordo com a demanda. Existe ainda uma redução do risco de desperdícios e menos tempo utilizado para venda, se comparado a outra forma de venda direta, como as feiras (ESCOSTEGUY, 2019). De acordo com a autora, na VDPA os agricultores têm a garantia de saber quais e quantos produtos serão vendidos, antes mesmo da colheita, e os consumidores tem acesso a alimentos saudáveis, sazonais e da agrobiodiversidade.

Segundo Darolt et. al. (2016), essa modalidade de comercialização está em franco crescimento no Brasil e têm ganhado a simpatia do produtor pela praticidade e do consumidor por seu menor preço, se comparado aos supermercados. Porém, o autor destaca que ainda há pouco engajamento social e organização dos consumidores nestes processos de comercialização.

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa teve caráter exploratório e os dados coletados foram qualitativos e quantitativos. Eles foram coletados entre março e maio, organizados e analisados entre junho e julho de 2020. A metodologia empregada na pesquisa para a caracterização das experiências foi o estudo de casos, pois foram analisados dois casos. O estudo de caso é uma investigação empírica que pesquisa um fenômeno contemporâneo, dentro do seu contexto real e principalmente quando não se consegue definir os limites entre o fenômeno e o contexto no qual está inserido (Yin, 2001). Ainda segundo Yin (2001), o estudo de caso

necessita de um referencial teórico prévio, além de haver variáveis e categorias de interesse para a análise, orientando a coleta de dados.

Para auxiliar na coleta de dados foi utilizado como instrumento metodológico inicial a abordagem de cadeia produtiva, entendida como a soma de operações e transformações que ocorrem nos produtos, desde a produção até o consumo (BATALHA, 1997). Já para a sistematização, análise e discussão dos dados, baseou-se nas categorias e descritores elencados com base na literatura, e que serão detalhados no tópico seguinte.

Procedimentos Metodológicos

Os procedimentos metodológicos utilizados para a coleta de dados primários foram observação participante e entrevistas semiestruturadas com informantes-chave. Também foram utilizados dados secundários como planilhas de compra e venda, lista de produtos disponíveis e acompanhamento das conversas em grupos de WhatsApp®, a partir dos quais se fez análise de documentos. Devido a pesquisa ter ocorrido em meio à pandemia causada pelas condições sanitárias impostas pela doença Covid-19, não foi possível alcançar um número maior de informantes e ampliar a coleta de dados a campo.

A observação participante aconteceu no contexto da Cooperativa Ecoserra, com o acompanhamento da montagem e comercialização das cestas agroecológicas, e ocorreu no período de março a maio de 2020. Foi realizada neste local por conta de o Centro Viane de Educação Popular ser o local de realização do Estágio Curricular Obrigatório do autor deste trabalho, relativo ao curso de Agronomia da UFSC.

A observação participante, conforme Minayo (2001), permite vivenciar a realidade dos atores sociais em seu contexto. Mesmo assim, tal procedimento foi complementado com a realização de entrevistas com atores chaves das experiências. As entrevistas tiveram questões abertas⁴ e foram realizadas de forma presencial com auxílio de gravador, com 01 informante-chave da Cooperativa Ecoserra, e 01 informante-chave do Centro Viane. Na experiência das CCR, foram realizadas entrevistas com 04 agricultores do grupo, sendo um deles o coordenador dos agricultores na experiência, utilizou-se de mensagens escritas e

⁴ Esta pesquisa faz parte do projeto aprovado no Comitê de Ética com Pesquisa em Seres Humanos da UFSC. Com emissão de parecer no dia 16 de maio de 2018, sob número: 2.657.160 e CAAE: 2587718.0.0000.0121. Sendo cumprido os protocolos e garantido o anonimato e segurança dos participantes.

áudio através do aplicativo WhatsApp®. Todas as entrevistas foram posteriormente transcritas.

Quanto aos dados secundários, na Cooperativa Ecoserra foram analisadas a lista de produtos oferecida semanalmente, lista de pedidos dos consumidores e tabela de dados com volume e valores de comercialização semanais. Nas quatro CCR abastecidas pelo grupo Associada, analisou-se a lista de produtos semanais das cestas, lista de produtos adicionais constando quantidade comercializada e valores unitários. Especificamente na CCR da Saúde/UFSC analisou-se as trocas de mensagens no grupo de WhatsApp® dos consumidores. Foram também analisados materiais produzidos pelo LACAF/UFSC sobre o projeto das CCR. Os dados quantitativos foram sistematizados com o auxílio do software Microsoft Excel® 2013.

A análise dos dados foi embasada pela literatura apresentada no referencial teórico. As duas categorias definidas para análise foram: a) o estímulo das experiências de comercialização para o desenvolvimento da agroecologia nos territórios em que atuam; b) o perfil e o estímulo às relações de proximidade existentes nas experiências.

Para auxiliar na análise das categorias, foram utilizados descritores. Os descritores são partes constituintes das categorias, os quais ajudam a detalhar e melhor discuti-las (VIEGAS, 2016). À luz da teoria, foram estabelecidos dois descritores para cada uma das categorias. Os descritores para analisar o estímulo à agroecologia nas experiências foram: *i*) agrobiodiversidade dos produtos comercializados; *ii*) proximidade geográfica, do local de produção ao local de consumo. Os descritores para análise do estímulo das relações de proximidade foram estabelecidos como: *i*) proximidade relacional entre os atores das experiências (agricultor/intermediário/ consumidor); *ii*) proximidade geográfica, do local de produção ao local de consumo.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste item apresenta-se os dados obtidos a campo durante a pesquisa sobre as duas experiências de comercialização e faz-se a sua discussão. De início será apresentada uma descrição geral do funcionamento de cada uma das experiências. A seguir serão discutidos os processos organizativos e o quanto estimulam os elementos teóricos apontados para a análise.

Células de Consumidores Responsáveis

O grupo de agricultores Associada abastece quatro CCR, sendo três em Florianópolis e uma no município de Canelinha/SC, totalizando aproximadamente 96 consumidores (Tabela 01). A dinâmica das CCR ocorre através da articulação direta entre o grupo de agricultores, representado pelo coordenador, e o grupo de consumidores, através da internet pelo WhatsApp®. Os consumidores pagam antecipadamente ao coordenador do grupo de agricultores o valor do ciclo (mês), que corresponde a um período de 4 a 5 semanas; recebem semanalmente uma cesta de tamanho fixo (preço e peso aproximados), podendo estas serem P (4,5Kg) e preço de R\$ 29,00 ou G (9kg) e preço de R\$53,00. As cestas são do tipo “fechada”, visto que os consumidores não escolhem os alimentos que recebem, mas os agricultores se comprometem a dispor semanalmente uma diversidade e pesos mínimos. Existe ainda uma lista de produtos adicionais, onde os consumidores podem escolher outros alimentos, uma forma de fornecer uma maior diversidade e aumentar a venda pelos agricultores.

Tabela 01: Dados médios de agricultores, consumidores e comercialização das experiências estudadas. (Números referentes a 6 semanas: 21/04 a 28/05).

Dados de Comercialização	Cestas Agroecológicas Ecoserra		CCR Grupo* Associada	
	Semanal	Mensal	Semanal	Mensal
Nº Agricultores	23**		12	
Nº Consumidores	110		96	
Preço Médio R\$/kg	5,92***		6,51****	
Volume Total Médio Produtos Comercializados (kg)	464,17	1856,67	561,08	2244,30
Valor Total Médio Produtos Comercializados (R\$)	2.745,83	10983,33	3654,96	14619,83
Volume Médio Produtos/Consumidor (kg)	4,23	16,90	5,84	23,38
Valor Médio Produtos/Consumidor (R\$)	24,96	99,84	38,07	152,29

Fonte: elaborado pelos autores (2020). *Os dados se referem as quatro CCR abastecidas pelo Grupo Associada. ** Principais fornecedores em quantidade e regularidade dos produtos que vão para as Cestas. ***Incluso o valor dos produtos e da taxa de entrega. **** Calculado com os valores das cestas e dos produtos adicionais

As cestas são montadas e transportadas pelo coordenador do grupo de agricultores, e entregues em um local comum (Ponto de Partilha), onde cada consumidor retira sua cesta. A existência do Ponto de Partilha permite diminuir custos com a logística de entrega dos

alimentos. A experiência prevê ainda a organização conjunta de todo o processo de comercialização entre os grupos de agricultores e consumidores, com responsabilidades para cada um dos grupos. Nos próximos tópicos traremos mais detalhes da dinâmica de organização.

Cestas Agroecológicas Ecoserra

As Cestas Agroecológicas Ecoserra abasteceram cerca de 110 consumidores em Lages, já durante a pandemia de Covid-19 (Tabela 01). Este número era de aproximadamente 50 consumidores antes da pandemia, ocorrendo um aumento expressivo após isto, também por conta da suspensão da feira realizada semanalmente pela Cooperativa na Universidade do Planalto Catarinense (UNIPLAC), com a migração dos consumidores desta feira para as cestas. A dinâmica das cestas funciona por meio da articulação da Cooperativa com os agricultores e agroindústrias para aquisição dos produtos, e entre Cooperativa e consumidores para venda das cestas, ambas através da internet (WhatsApp®/E-mail) e telefone. A Cooperativa realiza compras de produtos dos agricultores da região serrana e de outras regiões do estado, bem como de agroindústrias e empresas de Santa Catarina, Rio Grande do Sul e São Paulo. De acordo com a disponibilidade de produtos, a Ecoserra elabora a lista que será disponibilizada aos consumidores semanalmente.

As cestas são do tipo “abertas”, não possuem um preço nem peso fixo, e os consumidores podem escolher os produtos na lista semanal, respeitando apenas o pedido mínimo de R\$ 25,00. As cestas são montadas pelos funcionários da Cooperativa, os consumidores podem escolher entre retirar a cesta na sede da cooperativa ou receber as cestas a domicílio, com uma taxa adicional de R\$ 5,00. Esta entrega é realizada por dois entregadores terceirizados pela cooperativa. O pagamento das cestas é realizado no momento da entrega/retirada, havendo exceções. Os consumidores participantes são individuais, da área urbana de Lages.

Ambas as iniciativas estudadas nesta pesquisa têm seus produtores certificados pela Rede Ecovida de Agroecologia, através da Certificação Participativa⁵. No decorrer do

⁵ “O Sistema Participativo de Garantia-SPG é um processo de geração de credibilidade que pressupõe a participação solidária de todos os segmentos interessados em assegurar a qualidade do produto final e do processo de produção. Resulta de uma dinâmica social que surge a partir da integração entre os envolvidos com a produção, consumo e divulgação dos produtos a serem certificados” (REDE ECOVIDA, 2020)

trabalho serão apresentados mais detalhes organizativos de acordo com as categorias analisadas.

Princípios Agroecológicos e Relações de Proximidade

Em relação à diversidade de produtos comercializados, observando o Gráfico 01, as categorias de produtos *in natura* não diferem significativamente entre as experiências. Somente para a categoria temperos/chás temos uma diversidade maior das CCR (9) e na categoria grãos/cereais a diversidade é maior nas Cestas Ecoserra (4). Já entre os produtos agroindustrializados, as Cestas Ecoserra se destacam pela quantidade de produtos comercializados (40), comparada com as CCR (8). Além disso os produtos processados correspondem a um percentual de 50% do número de produtos das Cestas Ecoserra, e apenas de 16% para as CCR. Essa relevância dos produtos processados para as Cestas Ecoserra faz com que sua diversidade total seja elevada, isso mostra que a Cooperativa se utiliza dos processados para aumentar sua oferta de produtos aos consumidores. No entanto, vale ressaltar que dos 27,5 % de produtos que percorrem acima de 200 km (Tabela 02), 90% são de produtos processados, evidenciando a complementariedade da diversidade de processados com produtos de regiões mais distantes.

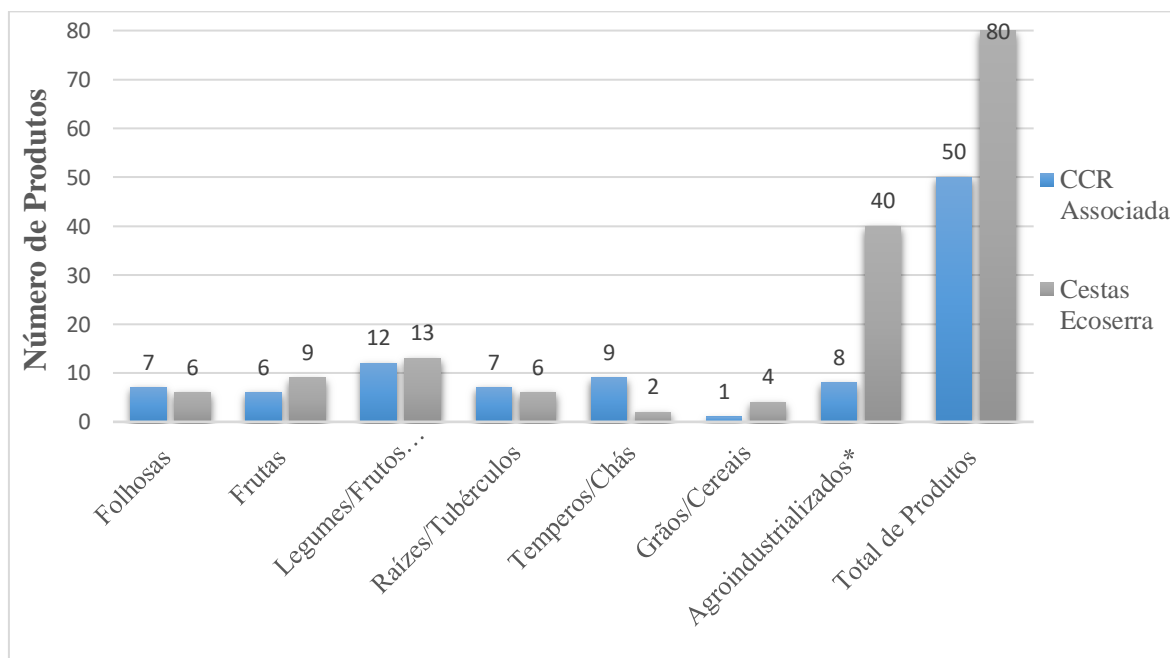


Gráfico 01: Diversidade e número de produtos comercializados nas duas iniciativas de comercialização, por categorias e número total (Dados de abril e maio/2020).

Fonte: elaborado pelos autores (2020). *Esta categoria engloba uma diversidade de produtos processados como: biscoitos, farinhas, geleias, açúcares, sucos, vinhos, conservas, pão, frango caipira, queijo serrano, extratos e molhos, congelados, canjicas entre outros.

Considerando ainda os números totais de produtos *in natura*, a diversidade entre as duas experiências não possui diferença significativa, mesmo o Grupo Associada tendo apenas 12 famílias produtoras, cerca de 50% menos que o número de agricultores fornecedores da Ecoserra (23). Com isso, há probabilidade⁶ da diversidade nas unidades produtivas ser maior nos agricultores das CCR que nos agricultores que abastecem as Cestas Ecoserra. Essa maior diversidade pode ser devido ao fato das cestas serem “fechadas”, mas com a garantia de uma variedade fixa de produtos a serem entregues semanalmente, já que os agricultores do grupo Associada realizam um planejamento coletivo e uma certa divisão dos produtos a serem cultivados por eles. Assim, “cada um planta o que quer, mas para as cestas, entramos em um bom senso de cada um fornecer o que mais produz” (Agricultor 02 CCR). Isso corrobora com Darolt (2013), onde afirma que nos CCC os agricultores adaptam suas práticas agrícolas, tipos de produtos e volumes de produção para atender as demandas do consumidor. Além disso, o fato de os consumidores não escolherem os produtos da cesta, dá aos agricultores uma maior autonomia na escolha dos cultivos, bem como estimula uma maior diversidade de espécies cultivadas, de acordo com a sazonalidade e para atender a variedade mínima exigida pelas CCR. Este é um aspecto importante para o estímulo à diversificação e à agroecologia, já que são comercializadas, inclusive, espécies desconhecidas pelos consumidores, alimentos sazonais e locais (ESCOSTEGUY, 2019).

Já na Ecoserra, onde as cestas são “abertas”, a cooperativa compra dos agricultores conforme a demanda dos consumidores e dos outros mercados em que ela atua (PAA/PNAE/Feira)⁷, porém não há uma garantia de diversidade mínima. Segundo o funcionário 01 da cooperativa, eles conseguem ter apenas algum controle e acompanhamento da produção, pois se comunicam com os produtores a fim de saber quais serão os produtos disponíveis em 15 ou 30 dias, ou para comercializar com eles mudas, em parceria com o Centro Vianeí. Isso demonstra uma fragilidade no planejamento e organização da cooperativa, que pode afetar a regularidade, quantidade e diversidade de fornecimento dos produtos para as cestas, e um não estímulo para a diversificação produtiva dos agricultores, além do desconhecimento e não criação de novos hábitos alimentares pelos consumidores. Este fator poderia promover uma especialização produtiva nas unidades de

⁶ Devido a pesquisa ter ocorrido em meio a pandemia causada pela Covid-19, não foi possível verificar a agrobiodiversidade junto às unidades produtivas.

⁷ Programa de Aquisição de Alimentos (PAA); Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE).

produção se não cuidadosamente trabalhado para que os agricultores mantenham um grau mínimo de diversidade (ROVER; RIEPE, 2016).

De um lado, o fato de apenas pouco mais da metade (52,5%) dos produtos comercializados pela Ecoserra terem origem no território, também pode ser um indicativo de uma menor diversidade produtiva entre os seus agricultores. Por outro lado, pode indicar uma escolha da cooperativa em produtos de mercados mais distantes. Pois, como citado anteriormente, a variedade de produtos processados ofertados pela Cooperativa Ecoserra é elevada, devido à cooperativa ter cooperados na Região Serrana e em outras regiões de Santa Catarina. Se deve também ao fato de a Cooperativa existir há mais de 20 anos e estabelecer trocas comerciais e parcerias⁸ com várias agroindústrias e cooperativas, possibilitando uma maior disponibilidade de produtos agroindustrializados. Assim ela oferece aos consumidores uma gama variada de produtos processados, desde farinhas, açúcares, geleias, até sucos e vinhos.

Tabela 02: Dados de origem dos produtos comercializados em relação ao território e à distância percorrida entre local de produção e consumo (Dados de abril e maio/2020).

Origem Dos Produtos	Cestas Agroecológicas Ecoserra		CCR Grupo Associada*	
	Nº Produtos	Percentual (%)	Nº Produtos	Percentual (%)
Do Território**	42	52,5	48	96
Fora do Território	38	47,5	2	04
Distância ≤ 200 km***	58	72,5	50	100
Distância > 200 km	22	27,5	0	0

Fonte: elaborado pelos autores (2020). * Utilizou-se os dados das 4 células abastecidas pelo grupo Associada. ** Considerou-se como sendo território a Região da Amures para as Cestas Ecoserra e a Região da Grande Florianópolis para as CCR Associada; *** Distância estimada através do trajeto rodoviário.

Porém, isso remete a outra discussão em torno da abordagem agroecológica: a proximidade geográfica e valorização do território local/regional, discutida aqui através da

⁸ A Cooperativa Ecoserra já participou do Circuito Sul de Comercialização da Rede Ecovida de Agroecologia, baseado na circulação de alimentos entre Núcleos da Rede Ecovida, através de suas organizações como associações e cooperativas, visa ampliar a oferta de produtos e abastecer a próprias famílias agricultores. Possui diversas rotas entre os três estados da Região Sul (PEREZ-CASSARINO; FERREIRA, 2013). Atualmente a Cooperativa não faz mais parte do Circuito, mas mantém trocas comerciais e parcerias com diversas cooperativas, associações e agroindústrias de SC e RS.

distância percorrida pelos produtos desde a produção até o consumo. Como podemos observar na Tabela 02, 47,5 % dos produtos das Cestas Ecoserra tem origem fora do território, considerado aqui como a região da Amures⁹, enquanto para as CCR, em que o território considerado é a região da Grande Florianópolis¹⁰, este número é apenas de 4%. Além disso, quando considera-se a distância percorrida de acordo com o trajeto rodoviário, 27,5 % dos produtos da Ecoserra percorrem uma distância maior que 200 km, enquanto para as CCR nenhum dos produtos excede esta distância.

Vale ressaltar que várias das trocas comerciais existentes entre a Ecoserra são também com outras organizações representantes da agricultura familiar de base agroecológica e certificadas pela Rede Ecovida, tendo entre seus princípios a priorização dos circuitos curtos e a abordagem agroecológica. Outro ponto é a questão da sazonalidade, que por estar no território da Região Serrana, a Ecoserra busca complementar sua diversidade com alimentos que não podem ser cultivados na região e que têm dificuldades de produção no período do inverno, fazendo com que possua associados em outras regiões do estado.

Entretanto, algumas das trocas comerciais acontecem com empresas não ligadas à agricultura familiar ou certificação participativa, e de regiões mais distantes, como é o caso de alguns produtos que vem de São Paulo, percorrendo de 700 a 1000km. Mesmo sendo uma menor parte dos produtos vindo destes circuitos mais longos, e que são utilizados pelas Ecoserra para complementar a diversidade, é preciso tomar cuidado para não haver uma crescente priorização dos circuitos longos, com maior número de intermediários e distanciamento dos mercados locais. Isso foi observado por Viegas et. al. (2017) em canais de comercialização de orgânicos na Grande Florianópolis.

O fato das CCR terem uma baixa percentagem (4%) de produtos de fora do território e nenhum produto percorrendo mais de 200 km (Tabela 02), traz uma maior valorização do território local, e prioridade de trocas com grupos de agricultores próximos, como informou o agricultor 01, afirmando que mantém trocas comerciais para garantir a diversidade, mas que são feitas com grupos de agricultores próximos e da Rede Ecovida. Além disso como observado por Pugas (2018), esta maior proximidade geográfica dos centros de consumo, é

⁹ Associação de Moradores da Região Serrana, abrange 18 municípios da região serrana de Santa Catarina, onde estão a grande maioria dos associados da Ecoserra, cerca de 90% deles, segundo o funcionário 01 da cooperativa.

¹⁰ Região que abrange todos os municípios dos agricultores do Grupo Associada, bem como dos consumidores da CCR.

um componente que favorece a agrobiodiversidade produtiva. Contudo, Gelbke et. al. (2018) apontam que grande parte dos produtos orgânicos frescos comercializados em Florianópolis vem dos municípios próximos e os processados de regiões mais distantes. Nas CCR temos a grande maioria dos produtos *in natura*, já que o grupo de agricultores não tem um processamento expressivo de produtos, não há uma complementaridade com produtos vindos de fora e a modalidade de cesta fechada das CCR prioriza os produtos *in natura*.

Outro princípio chave dos circuitos curtos, além da proximidade geográfica, é a proximidade relacional. Aqui adotamos a noção de CCC como aqueles que possuem até um intermediário entre produção-consumo (CHAFFOTTE; CHIFFOLEU, 2007). Neste trabalho, não consideramos a Cooperativa Ecoserra e a coordenação do grupo de agricultores das CCR como intermediários, pois acredita-se que sejam organizações dos próprios agricultores, facilitadoras dos processos de comercialização, como observado por Riepe e Rover (2016). Assim, nas duas experiências só existe a presença de intermediários naqueles casos em que as organizações compram produtos de outras agroindústrias e outros grupos de agricultores, e no caso da Ecoserra de não associados. No restante dos casos as experiências estudadas promovem formas de venda direta.

O Quadro 01 mostra uma síntese das relações que ocorrem entres os atores presentes nas experiências. Em relação aos agricultores, constata-se que há uma maior aproximação entre os agricultores das CCR, já que se trata de apenas um grupo de agricultores, resultando em contatos mais frequentes por conta das reuniões mensais da Ecovida, da entrega dos produtos e montagem semanal das cestas, que é feita pelo coordenador do grupo de agricultores com ajuda de mais uma família do grupo. Na Ecoserra, essa relação não é tão próxima por se tratar de vários grupos de agricultores e até de regiões diferentes, ficando mais restrita à relação dentro dos grupos e não entre eles. Esta menor comunicação entre os agricultores da Ecoserra pode afetar questões de organização da dinâmica das cestas, por um lado, mas por outro lado, possibilita acesso a maior quantidade e diversidade de produtos.

Quadro 01: Síntese das relações existentes entres os atores envolvidos nas dinâmicas de comercialização das CCR e Cestas Ecoserra.

RELAÇÕES DE PROXIMIDADE		
ATORES ENVOLVIDOS	Cestas Agroecológicas Ecoserra	CCR Grupo Associada

Instituições Parceiras¹¹	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Vianei: assessoria, apoio a projetos, contato com entidades; - IFSC: apoio dos docentes, vários consumidores; - CISAMA: assistência técnica, apoio a projetos, adequação sanitária das produções; - Agroindústrias: compra e venda de produtos - CEMEAR: parceria comercial e de projetos - Rede Ecovida: certificação, trocas de mercadorias e experiências entre grupos 	<ul style="list-style-type: none"> - LACAF/UFSC: articulação agricultor-consumidor, apoio técnico, facilitador organizativo, atividades realizadas por bolsistas e voluntários; - Cepagro/ Epagri: ATER; - Secretaria da Agricultura de Major Gercino: apoio financeiro e produtivo; - Rede Ecovida: certificação, trocas de mercadorias e experiências entre grupos
Agricultores	Pertencem a vários grupos da Rede Ecovida. Os grupos não possuem relações próximas entre si, porém as relações entre os agricultores dentro de cada um dos grupos são de maior proximidade. A relação entre agricultores e Cooperativa Ecoserra se dá por meio de compra de insumos, venda dos produtos, negociação de preços, reuniões.	Pertencentes a apenas um grupo da Rede Ecovida, possuem maior proximidade, reuniões mensais, planejamento da produção, troca de experiências no grupo de WhatsApp®
Agricultor - Consumidor	Não existe relação entre agricultores e consumidores. A relação entre a cooperativa e os consumidores é restrita a realização de pedidos, pagamentos e entregas	Relação entre coordenador do grupo de agricultores e consumidores: pedidos, pagamentos, entrega/retirada das cestas, produtos adicionais. Relação dos consumidores com outros agricultores através das visitas feitas às propriedades
Consumidores*	Consumidores individuais e não há troca de informações entre eles através de grupos de WhatsApp ou outro tipo de relação	Há um Grupo de consumidores e troca de informação através do grupo de WhatsApp, reuniões, visitas aos agricultores, mediação de problemas, coordenação dos consumidores, organização de doações a grupos vulneráveis

Fonte: elaborado pelos autores (2020).

*Aqui, por questões de logística da pesquisa, analisamos as relações existentes especificamente em relação aos consumidores da CCR da Saúde/UFSC, e não de todas as CCR do Grupo Associada.

¹¹ IFSC (Instituto Federal de Santa Catarina – Campus Lages); CISAMA (Consórcio Intermunicipal Serra Catarinense); CEMEAR (Centro de Motivação Ecológica e Alternativas Rurais); Cepagro (Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo); Epagri (Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina);

A relação entre agricultor-consumidor não ocorre nas Cestas Ecoserra, nem mesmo pela internet. Os agricultores vendem e negociam o preço de seus produtos diretamente com a Ecoserra, que segundo o funcionário 01 realiza o pagamento de acordo com a quantidade e qualidade do produto. A Ecoserra é quem estabelece os preços de venda dos produtos nas cestas e quem tem o contato direto com os consumidores. Nas CCR existe uma relação mais direta entre consumidores e coordenação do grupo de agricultores, que é através dela que são feitos os pedidos adicionais, pagamentos pelos consumidores, organização da entrega das cestas, retirada de dúvidas quanto aos produtos, havendo trocas constantes de mensagens no grupo de WhatsApp®. Os preços dos produtos adicionais são estabelecidos coletivamente pelo grupo de agricultores, seja por que há um preço fixo das cestas, seja por que definem coletivamente os preços dos produtos adicionais. Outro importante momento de interação entre agricultores e consumidores nas CCR é quando ocorrem visitas às unidades produtivas. A maior ou menor participação dos agricultores nos processos de comercialização, dando-lhes poder de decisão, podem gerar maior autonomia (DAROLT, 2013).

Uma das principais diferenças entre as duas experiências de comercialização é a organização dos consumidores. Nas Cestas Ecoserra, os consumidores são individuais e não tem relação ou troca de informações entre os mesmos. Mesmo pelo grupo de consumidores do WhatsApp® não há troca alguma, já que os consumidores não são habilitados para trocar mensagens entre si, somente o funcionário da Cooperativa pode enviar mensagens. Com isso as relações ficam restritas a cada consumidor individual e a Ecoserra, na pessoa dos funcionários, e voltada apenas para trocas comerciais. Além disso, as entregas das cestas em sua grande maioria são a domicílio, mediante uma taxa de R\$5,00, que por um lado gera mais comodidade, mas por outro há um aumento de custos e isenta o consumidor de qualquer responsabilização ou aproximação com os outros consumidores ou com os agricultores, ou mesmo algum momento de face a face com a cooperativa e ainda gera uma sobrecarga de trabalho para os funcionários da Cooperativa. Já nas CCR, existe um Termo de Responsabilidades Compartilhadas que tanto agricultores quanto consumidores assumem. Com isso, busca-se uma maior organização e papel ativo dos consumidores; se estabelece uma coordenação para sua melhor organização; eles são responsáveis por questões logísticas e organizativas, articulando visita aos agricultores e organizando doações para grupos em situação de vulnerabilidade socioeconômica; se gera uma intensa troca entre os consumidores no grupo de WhatsApp®, sobre receitas, informações e curiosidades a respeito dos alimentos comercializados; as cestas são retiradas em um local comum, que

possibilita a interação entre eles, bem como troca de alimentos que não atendem a expectativa de um ou outro consumidor, assim reduzindo perdas. Para esta pesquisa as relações entre consumidores foram observadas especificamente na CCR da Saúde/UFSC.

Como apontado por Escosteguy (2019), essas relações permitem um maior engajamento coletivo dos consumidores, favorecendo mudanças nos hábitos alimentares e estreitamento das relações entre eles, tornando-os ativos na dinâmica organizacional. Porém, assim como a autora observamos que existem inúmeras dificuldades nessa maior participação e engajamento coletivo dos consumidores, havendo uma sobrecarga de responsabilidades em poucos deles.

Este estudo de caso auxiliou a entender o funcionamento das duas experiências e a relação com as categorias de análise propostas. Observou-se que ambas experiências possuem grande diversidade de produtos, com a CCR priorizando os produtos *in natura* e uma maior proximidade geográfica e valorização do território. Já a Ecoserra possui grande quantidade de produtos processados, porém, vindos de regiões mais distantes, promovendo um certo distanciamento dos mercados locais. Este maior distanciamento ocorre também nas relações entre produtores e consumidores, que na Ecoserra não ocorre, sendo ela a entidade responsável por toda a logística, na CCR esta proximidade é maior, com os produtores e consumidores tendo um papel ativo na dinâmica de comercialização.

5. CONCLUSÕES

O presente trabalho analisou comparativamente duas experiências de comercialização de cestas de alimentos orgânicos/agroecológicos, através da venda direta por pedido antecipado (VDPA). Buscou entender de que forma a organização das duas experiências estimulam alguns princípios da abordagem agroecológica e dos circuitos curtos de comercialização.

Concluimos que em relação ao princípio da agrobiodiversidade, a diversidade de comercialização dos produtos *in natura* das duas experiências é alta e em quantidade similar. A diversidade de produtos processados das Cestas Ecoserra é muito maior comparativamente às CCR, e representa uma participação elevada destes itens na diversidade total. Isso é benéfico pela diversidade de oferta aos consumidores, porém muitos destes produtos são de regiões fora do território e de organizações não ligadas à agricultura familiar, demonstrando um menor estímulo de outro princípio avaliado, a proximidade geográfica. As CCR neste

questo, geram uma relação produção-consumo mais próxima geograficamente. Na proximidade relacional as CCR também estimulam maior aproximação entre produção e consumo. Elas possuem maior atuação dos próprios agricultores na experiência e, principalmente, dos consumidores, que comparativamente têm um papel mais ativo na organização da comercialização, sem deixar de enfrentar dificuldades nesses processos. A Cooperativa Ecoserra busca facilitar a comercialização dos produtos dos agricultores associados, na articulação com novos mercados e tem uma grande rede de contatos e parcerias, porém acaba dando pouco espaço de participação para os agricultores e para os consumidores.

Ambas as experiências têm potencial de ofertar diversidade de produtos aos consumidores, seja pela diversidade produtiva da CCR ou pelo acesso a vários associados e parceiros comerciais da Ecoserra. Contudo um dos desafios é a logística, cuja exigência é mais acentuada na Ecoserra, pela sobrecarga de trabalho, e em menor grau na CCR. A aproximação entre produção-consumo também enfrenta desafios, como a negociação entre cooperativa e agricultores, e a dificuldade na responsabilização, engajamento e papel ativo dos consumidores no caso da Ecoserra.

Esta pesquisa teve seu andamento afetado pela pandemia de Covid-19, e impossibilitou um maior aprofundamento em temas relacionados diretamente aos agricultores e consumidores. Salientamos à importância de aprofundar esta dimensão em outros estudos, para entender a percepção destes atores sobre as experiências de comercialização, aumentando o entendimento das relações de produção-consumo dos circuitos curtos de comercialização.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTIERI, M.; NICHOLLS, C. **Agroecología**: única esperanza para la soberanía alimentaria y la resiliencia socioecológica. *Agroecología*, v. 7, n. 2, p. 65-83, 2012.

BATALHA, M. **Gestão Agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 1997.

CHAFFOTTE, L.; CHIFFOLEAU, Y. Vente directe et circuits courts: évaluation, définition et typologie. **Les Cahiers de l'Observatoire CROC**, Montpellier, p. 8. 2007.

DAL SOGLIO, F. A agricultura moderna e o mito da produtividade. In: DAL SOGLIO, F.; KUBO, R. R. (Org.). **Desenvolvimento, Agricultura e Sustentabilidade**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 11–38.

DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIERDELE, P.A.; ALMEIDA, L.; VEZANNI, F. M. (Org.). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013. p. 139-170.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Experiências em Agroecologia**, v. 10, n. 2, p. 8-13, 2013.

DAROLT, M. R. et al. Redes alimentares alternativas e novas relações produção consumo na França e no Brasil. **Ambiente & Sociedade**, n. 2, v. 19, abr.-jun. 2016.

ESCOSTEGUY, I. L.; **Inovações sociais na promoção da agroecologia e de redes de civismo agroalimentar em Florianópolis-SC**. 2019. 131p. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION (FAO). **The 10 elements of agroecology**. Guiding the transition to sustainable food and agricultural systems. Rome: FAO 2018. Disponível em: <http://www.fao.org/3/i9037en/I9037EN.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2020.

GELBCKE, D. L.; ROVER, O. J.; BRIGHTWELL, M. G. S. L.; SILVA, C. A.; VIEGAS, M. T. A “proximidade” nos circuitos de abastecimento de alimentos orgânicos da Grande Florianópolis – SC – Brasil. **Estudos Sociedade e Agricultura**, [S.L.], v. 26, n. 3, p. 539-560 out. 2018.

LACAF. **Laboratório de Comercialização de Agricultura Familiar**. 2020. Disponível em: <http://lacaf.paginas.ufsc.br/>. Acesso em: 20 jul. 2020.

MACHADO, L. C. P.; MACHADO FILHO, L. C. P. **A dialética da agroecologia: contribuição para um mundo com alimentos sem veneno**. 1. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2014.

NIEDERLE; P. A.; ALMEIDA, L. de. A nova arquitetura dos mercados para produtos orgânicos: o debate da convencionalização. In: NIEDERLE. P. A.; ALMEIDA, L. de. VEZZANI, F. M. (Org.). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001

PEREZ-CASSARINO, J. P.; FERREIRA, A. D. D. Agroecologia, Construção Social de Mercados e a constituição de sistemas agroalimentares alternativos: uma leitura a partir da Rede Ecovida de Agroecologia. In: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (org.). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013. p. 171-214.

PUGAS, A. S. **Agroecologia e comercialização de alimentos: qual agrobiodiversidade e qual autonomia aos agricultores?** 2017. 158p. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA. **Certificação**. 2020. Disponível em: <http://ecovida.org.br/certificacao/>/. Acesso em: 27 jul. 2020.

RENTING, H.; MARDSEN, T.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. **Environment and Planning**, v. 35, p. 393-411, 2003.

ROVER, O. J.; RIEPE, A. D. J. A relação entre comercialização de alimentos e princípios agroecológicos na rede de cooperativas de reforma agrária do Paraná/Brasil. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, v. 38, p. 663-682, ago. 2015.

SANTOS, H. L. **Construção Social de Mercado Orgânico: O Caso da Cooperativa Ecoserra na Serra Catarinense**. 2006. 137p. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

VIEGAS, M. T. **Agroecologia e circuitos curtos de comercialização num contexto de convencionalização da agricultura orgânica**. 2016. 159p. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

VIEGAS, M. T.; ROVER, O. J.; MEDEIROS, M. Circuitos (não tão) curtos de comercialização e a promoção de princípios agroecológicos: um estudo de caso na região da Grande Florianópolis. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, v. 42, p. 370-384, dez. 2017. Universidade Federal do Paraná. <http://dx.doi.org/10.5380/dma.v42i0.50759>.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso, planejamento e métodos**. 2.ed. São Paulo: Bookman, 2001.