



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGROECOSSISTEMAS

Laísa Boechel Barcelos

Cidadania agroalimentar e a promoção da agricultura familiar agroecológica: dois casos
de cooperativas de consumo no Rio Grande do Sul, Brasil

FLORIANÓPOLIS, SC

2022

Laísa Boechel Barcelos

Cidadania agroalimentar e a promoção da agricultura familiar agroecológica: dois casos
de cooperativas de consumo no Rio Grande do Sul, Brasil

Dissertação submetida ao Programa de Pós-graduação
em Agroecossistemas da Universidade Federal de Santa
Catarina para a obtenção do título de Mestre em
Agroecossistemas.
Orientador: Prof.Dr. Oscar José Rover.

Florianópolis, SC

2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Barcelos, Laísa Boechel

Cidadania agroalimentar e a promoção da agricultura familiar agroecológica: : dois casos de cooperativas de consumo no Rio Grande do Sul, Brasil / Laísa Boechel Barcelos ; orientador, Oscar José Rover, 2022.

103 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias, Programa de Pós Graduação em Agroecossistemas, Florianópolis, 2022.

Inclui referências.

1. Agroecossistemas. 2. Abastecimento alimentar. . 3. Cooperativas de consumidores.. 4. Alimentos orgânicos. . 5. Democracia agroalimentar. . I. Rover, Oscar José . II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós Graduação em Agroecossistemas. III. Título.

Laísa Boechel Barcelos

Cidadania agroalimentar e a promoção da agricultura familiar agroecológica: dois casos
de cooperativas de consumo no Rio Grande do Sul, Brasil

O presente trabalho em nível de mestrado foi avaliado e aprovado por banca examinadora
composta pelos seguintes membros:

Prof. Dr. Moacir Roberto Darolt
Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná (IDR) e
Universidade Federal do Paraná (UFPR)

Prof., Dra. Potira Viegas Preiss
Universidade de Santa Cruz do Sul - UNISC

Prof. Dr. Oscar José Rover (Orientador)
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Certificamos que esta é a versão original e final do trabalho de conclusão que foi julgado
adequado para obtenção do título de Mestre em Agroecossistemas.

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

Prof. Dr. Oscar José Rover
Orientador

Florianópolis, 2021.

Para as agricultoras e os agricultores que se dedicam a semear e manter a vida em todas as suas formas.

AGRADECIMENTOS

Essa pesquisa é resultado de muitas coletividades e trocas que foram fundamentais no percurso. Por isso agradeço principalmente às colegas e amigas Isadora e Júlia, do Lacaf/UFSC - Laboratório de comercialização da agricultura familiar, que me inspiraram em tantos momentos pelas pesquisadoras, ativistas e pessoas extremamente competentes e sensíveis que são. Vocês foram fundamentais ao me mostrar os caminhos e mais ainda, caminhar junto. À Isa especialmente, por me incentivar a entrar nesse mestrado e compartilhar das utopias, livros, palavras e a vida. Também agradeço aos queridos amigos Luan, Adevan, Renan, Marina Carrieri, Marina Corrêa, Edimar, Nayã, Carol, Iza, Dayana, Estevan, Francele e Rodrigo, que nesse laboratório de afetos me ensinaram o que realmente é construir outras possibilidades com muitas mãos, gracias compas! Que os caminhos de vocês sejam floridos.

Ao prof. Oscar, meu orientador, pela forma como conduziu essa relação de aprendizado mútuo, com muita paciência e presença no decorrer do trabalho. Por me auxiliar a exercitar papéis de estudante, pesquisadora e extensionista, agradeço muito por criar esses espaços. Pela confiança! Sou muito grata pela possibilidade de compreender e aprender com a tua forma de olhar com sensibilidade para as relações, sempre com esperar na construção de projetos tão bonitos e potentes. Pela trajetória de vida que me inspirou em cada momento da escrita deste trabalho e que me inspira no compromisso com as pessoas do campo, com os alunos que orienta, com a agroecologia e com a universidade.

Ao Grupo de Estudos em Agroecologia e Mercados, pelos inúmeros encontros, debates e pelas sugestões para esse estudo.

A Universidade pública, gratuita e de qualidade como espaço que permitiu a minha formação e o desenvolver da pesquisa. A CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – que concedeu a bolsa e viabilizou a realização do mestrado.

Aos colegas do Programa de Pós-graduação em Agroecossistemas, especialmente ao Leonardo e Eloiza pela amizade, conversas e risadas tão sinceras que tivemos.

Ao apoio do pessoal do Cepagro, Centro Vianei de Educação Popular, Centro Ecológico e Guayí. Aprendi muito com o trabalho incansável que realizam na luta por cada território em que atuam.

Às agricultoras e agricultores que se propuseram a conversar comigo, em especial ao Nelson Bellé e a Dona Luzia, que me ensinaram tanto sobre a relação com o tempo e a natureza, sobre as trajetórias de vida e o amor pela terra. Também para as pessoas que

abastecem as CCR - Células de Consumidores Responsáveis, que da mesma forma, me nutriram e trocaram tanto comigo. A todos, pela atenção!

As pessoas que se mobilizam para que a GiraSol e a Coopet sejam experiências tão revolucionárias em uma sociedade de democracias adormecidas e ameaçadas. A cada um, pela disponibilidade e inspiração.

À Gilmara, minha mãe, e Sandro, meu pai, por serem base. Pelo amor manifesto, pela força e carinho e por me incentivarem na realização dos meus sonhos. Pela paciência nas minhas crises e pela abertura para as minhas formas de ver o mundo. Aos meus irmãos Gica, Vini e Pedrinho. É muito bom ter vocês na vida!

Ao Yan, companheiro incansável dos (des)encontros da vida, pela escuta atenta, pela presença constante, por estar... Pelos abraços e pela aventura de incorporar nossas loucuras na vida diária, sempre (res)pirando em sintonia. Pelas conversas e por acreditar tanto na relevância desse trabalho, nessa forma de ser no mundo.

A todas as amigas e amigos que ampliam meus horizontes, compartilham comigo das ideologias e fazem das nossas trocas alimentos para a alma. Ao meu espaço de cuidado, ao yoga por abrir o coração, as plantas por mostrarem os ciclos, a vida por ser tão bonita, a terra e ao alimento por me permitirem esse estudo.

A todos as pessoas que não mencionei aqui, mas que foram e são parte deste trabalho.

Com amor,

Gracias

As monoculturas da mente fazem a diversidade desaparecer da
percepção.

Vandana Shiva

RESUMO

Pesquisamos as cooperativas de consumo (CC) de alimentos orgânicos a partir do lugar das ciências agrárias, com olhar para a agricultura familiar agroecológica e as redes que estão envolvidas nesse contexto. Buscamos compreender esses espaços coletivos de comercialização a partir dos mercados agroalimentares, baseados na construção social e nas relações que se estabelecem entre os atores sociais e os territórios em que estão inseridos. A partir daí, o objetivo dessa pesquisa é analisar a contribuição das CC estudadas para a geração de mercados e fortalecimento do sistema agroalimentar (ou RCA) que valorizem a agricultura familiar agroecológica. São elas a Coopet – Cooperativa de Consumidores de Produtos Ecológicos de Três Cachoeiras e a GiraSol – Cooperativa de Comércio Justo e Consciente de Porto Alegre, ambas localizadas no Rio Grande do Sul. Fazemos isso por meio de pesquisa qualitativa, análise de documentos e entrevistas com os atores envolvidos no abastecimento. Mobilizamos as noções de circuitos curtos de comercialização (CCC) e redes de cidadania agroalimentar (RCA), com enfoque na participação da sociedade civil na organização do abastecimento alimentar. No primeiro capítulo, aprofundamos na análise das proximidades geradas pelos circuitos curtos de comercialização que chegam às CC estudadas. Ambas as CC promoveram os três tipos de proximidades associados aos CCC (geográfica, relacional e informacional). A Coopet destacou-se por articular forte proximidade geográfica e relacional entre famílias de agricultores e consumidores sócios, devido aos vínculos comunitários que são fortalecidos no contexto de ruralidade em que se insere. A GiraSol, por outro lado, destacou-se por articular principalmente a proximidade informacional em um contexto urbano e metropolitano, de forma compensatória a menor proximidade geográfica e relacional. As CC estudadas mostraram-se como espaços de comercialização importantes para os produtores, pois geram renda relevante para a maioria dos grupos, valorizam a sazonalidade e a agrobiodiversidade da produção e constroem preços coletivamente. No segundo capítulo, identificamos que as CC estudadas estão imersas em RCAs, formadas por organizações cooperativas e associativas de produção, redes da agricultura familiar e economia solidária, ONGs em cada território, além de movimentos sociais, sindicatos e universidades, onde são constituídas trajetórias e interações entre os atores que geram práticas cidadãs de comercialização no abastecimento dos alimentos orgânicos. Por meio das práticas cidadãs de comercialização criadas a partir das CC, os agricultores ampliam a apropriação e a participação democrática nos processos em torno do abastecimento alimentar, envolvendo e potencializando as redes vinculadas à agricultura familiar, agroecologia e economia solidária nos territórios rurais e urbanos. Os resultados dessa pesquisa demonstram que por meio da conformação de CCCs e da apropriação cidadã pelos agricultores de dinâmicas comerciais em RCAs, as CC têm cumprido com a finalidade de organizar o abastecimento dos orgânicos a preços acessíveis e valorizar a agricultura familiar agroecológica nos territórios – aproximando produtores e consumidores, articulando trocas mercantis e reciprocidades, gerando mecanismos de credibilidade e confiança pela organização social e participação coletiva - e construindo noções de qualidade que refletem na valorização da agrobiodiversidade e localidade dos alimentos produzidos pela agricultura familiar agroecológica.

Palavras-chave: Abastecimento alimentar. Cooperativas de consumidores. Alimentos orgânicos. Democracia agroalimentar. Circuitos Curtos de Comercialização.

ABSTRACT

We studied organic food consumer cooperatives (CC) from the agrarian sciences perspective, looking at agroecological family farming and their related networks. We seek to understand these collective food supply initiatives based on agrifood markets, their social construction and the established relationships between social actors and territories in which they operate. This research aims to analyze the contribution of two organic food CC for generating markets that value agroecological family farming. The CC studied are Coopet – Cooperativa de Consumidores de Produtos Ecológicos de Três Cachoeiras and GiraSol – Cooperativa de Comércio Justo e Consciente de Porto Alegre. We use qualitative methods, document analysis and interviews with actors engaged in CC food supply. We discuss short food supply chains (SFSC) and civic food networks (CFN), focusing on civil society participation in organizing food supply. In the first part, we deepen the analysis of the proximities generated by the SFSC of the studied CC. Both CC promoted all types of proximity associated with SFSC (geographic or spatial, informational and relational). Coopet articulates mainly geographic and relational proximity between families of farmers and consumers members, mostly due to communitary bonds built in its rurality context. GiraSol, on the other hand, articulates mostly informational proximity in a urban and metropolitan context, compensating reduced geographic and relational proximity. The CC studied proved to be important food supply initiatives for producers, as they generate relevant income, value production seasonality and agrobiodiversity, and build prices collectively between producers and managers. In the second part, we identify that CC studied are embedded in CFNs, including production cooperatives and associations, family farming and solidarity economy networks, NGOs in each territory, as well as social movements, unions and universities, where actors trajectories and interactions generate civic practices around organic food supply. Through CC civic practices, farmers expand citizen ownership and democratic participation around food supply, enhancing family farming, agroecology and solidarity economy networks in rural and urban territories. The research results demonstrate that through SFSC and by farmers' citizen ownership of comercial dynamics in CFNs, the CC studied have met the purpose of organizing organic food supply at fair prices and valuing agroecological family farming in the territories – they bring closer producers and consumers, create trust and credibility mechanisms by social organization and collective participation, and build quality notions that value food locality and agrobiodiversity produced by agroecological family farmers.

Keywords: Food supply. Consumer cooperatives. Organic food. Food democracy. Short Food Supply Chains.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Esquema aproximativo da Rede de cidadania agroalimentar formada entorno da Coopet.....	63
Figura 2 Esquema aproximativo da Rede de cidadania agroalimentar formada entorno da GiraSol.	72

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 Características das organizações fornecedoras da Coopet entrevistadas ...	34
Quadro 2 Características das organizações fornecedoras da GiraSol entrevistadas ..	34
Quadro 3 Proximidades das cooperativas de consumo estudadas com as organizações de agricultores.....	43
Quadro 4 Contexto socioorganizativo em torno do fornecimento de alimentos à Coopet.	61
Quadro 5 Contexto socioorganizativo em torno do fornecimento de alimentos à GiraSol	70
Quadro 6 Práticas cidadãs de comercialização nas RCA estudadas	76

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- ACERT– Associação dos Colonos Ecologistas da Região de Torres/RS
- AECIA – Associação dos Agricultores Ecologistas de Ipê e Antônio Prado
- APECOL – Associação de Produtores Ecológicos Conquista da Liberdade de Piratini/RS
- AMAPs – *Association pour Le Maintiend'une Agriculture Paysanne*
- CC – Cooperativas de consumo
- CCC – Circuitos Curtos de Comercialização
- COCEARGS – Cooperativa Central dos Assentamentos do RS
- COOMAFITT – Cooperativa Mista de Agricultores Familiares de Itati, Terra de Areia e Três Forquilhas
- COOPET – Cooperativa dos Consumidores de Produtos Ecológicos de Três Cachoeiras, localizada em Três Cachoeiras/RS
- COOPTRAM– Cooperativa dos Povos Tradicionais de Mostardas
- CSA – *Community Suported Agriculture*
- FAE – Feira dos Agricultores Ecologistas
- FETRAF - Sul Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar da Região Sul do Brasil
- GAS – *Gruppi di Acquisto Solidali*
- IFC – Instituto Federal Catarinense
- IPCC –*Intergovernmental Panel on Climate Change*
- IPES-Food –*The International Panel of Experts on Sustainable Food Systems*

LACAF – Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar
MMC – Movimento de Mulheres Camponesas
MPA – Movimento dos Pequenos Agricultores
MST – Movimento Sem Terra
ONG – Organização Não Governamental
ONU – Organização das Nações Unidas
OPAC – Organismos Participativos de Avaliação da Conformidade Orgânica
OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
PANC – Plantas alimentícias não convencionais
RAA – Redes Agroalimentares Alternativas
RCA – Redes Cívicas Agroalimentares
RedeCoop – Rede de cooperativas do Rio Grande do Sul
RESF – Rede de Economia Solidária e Feminista
SDGs–SustainableDevelopmentGoals
SPG – Sistema Participativo de Garantia
UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UNDP – United Nations Development Programme
VDPA –Venda direta por pedido antecipado

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO GERAL	15
1.1 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO E OBJETIVOS DA PESQUISA.....	22
2 ARTIGO 1: ABASTECIMENTO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS EM CIRCUITOS COMERCIAIS DE PROXIMIDADE: O CASO DE DUAS COOPERATIVAS DE CONSUMO (CC) NO RS, BRASIL	24
2.1 INTRODUÇÃO.....	24
2.2 COOPERATIVAS DE CONSUMO PROMOVENDO CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO (CCC)	25
2.2.1 Principais aspectos de Circuitos curtos de comercialização (CCC) e Redes de cidadania agroalimentar (RCA)	26
2.2.2 As cooperativas de consumo na promoção de proximidades	29
2.2.3 Uma breve história das cooperativas de consumo ligadas ao movimento da agricultura ecológica no RS, 1990–2021.....	31
2.3 METODOLOGIA.....	32
2.4 AS COOPERATIVAS DE CONSUMO E AS RELAÇÕES COM PRODUTORES E SUAS ORGANIZAÇÕES	33
2.5 PROXIMIDADES, QUALIDADE E CONFIANÇA NAS COOPERATIVAS DE CONSUMO	35
2.5.1 Proximidade geográfica	35
2.5.2 Proximidade relacional.....	37
2.5.3 Proximidade informacional.....	42
2.5.4 A relevância da organização do consumo para o elo da produção	44
2.6 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
3 ARTIGO 2: CIDADANIA AGROALIMENTAR EM REDE: DUAS COOPERATIVAS DE CONSUMO (CC) DE ALIMENTOS ORGÂNICOS NO RIO GRANDE DO SUL	51
3.1 INTRODUÇÃO.....	51
3.2 APROPRIAÇÃO CIDADÃ DE MERCADOS AGROALIMENTARES ATRAVÉS DA FORMAÇÃO DE REDES DE CIDADANIA AGROALIMENTAR.....	53
3.3 METODOLOGIA.....	58
3.4 AS REDES DE CIDADANIA AGROALIMENTAR EM TORNO DAS CC	59

3.4.1	Organização social e coletividade no território de Três Cachoeiras/RS	60
3.4.2	A Coopet como uma organização que gera apropriação cidadã nas dinâmicas comerciais para os atores rurais em redes	63
3.4.3	Coletividades mobilizadas em torno da economia solidária pela GiraSol em Porto Alegre/RS	68
3.4.4	A GiraSol como uma organização que gera apropriação cidadã nas dinâmicas comerciais pelos atores rurais em redes	72
3.5	A EMERGÊNCIA DE PRÁTICAS CIDADÃS NAS DINÂMICAS COMERCIAIS EM REDE A PARTIR DAS COOPERATIVAS DE CONSUMO ESTUDADAS	76
3.6	CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS	82
4	CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS DA DISSERTAÇÃO	85
	REFERÊNCIAS.....	90
	ANEXO – ROTEIRO DE ENTREVISTA: ORGANIZAÇÕES E/OU AGRICULTORAS/ES	97

1. INTRODUÇÃO GERAL

A globalização do sistema agroalimentar tende ao domínio de corporações agroalimentares que muitas vezes produzem a comida como uma mercadoria, o que resulta na elitização do consumo dos alimentos orgânicos (GUIVANT, 2003) e na exclusão da diversidade da produção familiar, artesanal, quilombola e indígena (WILKINSON, 2008). Isso tem gerado crescentes preocupações relativas à garantia de segurança alimentar e nutricional da população, não apenas quanto à disponibilidade de alimentos em quantidade e qualidade suficientes, mas também quanto às formas de abastecimento e apropriação dos mesmos.

A ampliação da procura por alimentos orgânicos no varejo (ORGANIS, 2019) tem sido progressivamente associada a maiores níveis de segurança e saúde para os consumidores e menores impactos sociais e ambientais. Autores como GOODMAN e GOODMAN (2009) e MÉNDEZ; ESPEJO (2014) têm dado ênfase à crise de confiança, gerada pela ineficiência do modelo industrial e suas consequências, expressa nos frequentes escândalos alimentares, como nos episódios da vaca louca, da gripe aviária, da contaminação por transgênicos, etc. No Brasil, ganha destaque a recente associação ao país tornar-se o maior consumidor de agrotóxicos do mundo, a partir de 2008 (BOMBARDI, 2017).

Para a agricultura familiar, o sistema agroalimentar hegemônico gera um processo de exclusão dos mercados, que, no ramo dos orgânicos, é caracterizado pela contínua exigência de padrões de qualidade centrados na escala e aparência dos produtos, e representados pelo fenômeno da supermercadização (REARDON; BERDEGUÉ, 2002; WILKINSON, 2008). Além de acarretar no aumento dos preços para o consumidor final (GUIVANT, 2003), a seletividade desses mercados faz com que os agricultores familiares busquem a especialização produtiva e acabem diminuindo a agrobiodiversidade dos agroecossistemas para adequação as exigências dos mercados. Cada vez são mais freqüentes as críticas ao modelo de agricultura dominante, sob a ótica do meio ambiente, de resíduos químicos, da defesa dos animais ou da especialização dos processos produtivos (WILKINSON, 2008). Isso favorece a entrada da agricultura familiar em mercados mais justos, ambiental, social e economicamente, devido à maior procura e adesão dos consumidores urbanos pelos alimentos orgânicos e de origem conhecida.

Diversas autoridades no debate alimentar como é caso do *United Nations' World Committee for Food Security*, o *Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)*, a *EAT-*

Lancet commission, o *United Nations Development Programme* (UNDP), e *The International Panel of Experts on Sustainable Food Systems* (IPES-Food) definiram prioridades em comum, como a mudança nos padrões de consumo de acordo com dietas saudáveis e sustentáveis; sistemas produtivos que reduzam a pressão nos recursos naturais; sistemas de abastecimento alimentar mais resilientes; e novas formas de conduzir, monitorar e criar políticas efetivas (BRUNORI *et al.*, 2020). A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável adotada pelas Nações Unidas indica alguns caminhos (*Sustainable Development Goals*- SDGs) por meio de uma abordagem de transformação do sistema agroalimentar, em particular a meta 12 sobre padrões de produção e consumo sustentáveis, que está ligada as outras metas como a eliminação da pobreza e a conservação ambiental (UNITED NATIONS, 2015).

As novas formas de produção e consumo, que ganham destaque como alternativas às incongruências do sistema alimentar moderno dominante se proliferaram a partir de 1990, com o processo chamado de virada para a qualidade (*quality turn*) (GOODMAN, 2003; 2004). A partir daí a ênfase em padrões industriais de qualidade dá lugar a noções de confiança em sistemas agroalimentares localizados ou regionalizados, baseados em maior conexão entre produção e consumo em torno do alimento ‘ecológico’, ‘natural’ e ‘direto do produtor’. Essas noções são expressas no surgimento de experiências de circuitos curtos de comercialização (CCC), inseridos em redes agroalimentares alternativas (*alternative agri-food networks* – AFN), os quais operariam às margens da indústria agroalimentar convencional, assim como em redes de cidadania agroalimentar (*civic food networks* – CFN), com maior enfoque na justiça social e organização do consumo (RENTING *et al.*, 2012).

No debate mais amplo sobre a transição para modelos mais sustentáveis, ambiental, econômica e socialmente, a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (ONU/FAO) tem estimulado a construção de mercados alternativos em torno do redesenho dos sistemas agroalimentares. Os sistemas de produção e consumo agroecológicos são reconhecidos pelo potencial de facilitar a transição para um sistema alimentar mais produtivo, sustentável e inclusivo, por meio da produção e consumo de alimentos saudáveis e nutritivos, ao mesmo tempo em que protegem o meio ambiente e contribuem para a inclusão social, especialmente dos agricultores familiares e ‘pequenos produtores’ (FAO, 2016; LOCONTO *et al.*, 2018). Os sistemas agroecológicos promovem a produção sem o uso de agrotóxicos, evitando a contaminação química de recursos hídricos e solos, recuperando a biodiversidade de plantas e animais, além de proporem modelos agroalimentares adaptados às

condições socioeconômicas de cada local. Assim alimentos agroecológicos e orgânicos¹ promovem a saúde dos produtores e consumidores.

Associado à busca por qualidade e segurança dos alimentos por parte da sociedade civil, o mercado brasileiro de orgânicos cresceu aproximadamente 30% em 2020 e movimentou cerca de R\$ 5,8 bilhões, segundo dados do Conselho Nacional da Produção Orgânica e Sustentável (Organis) (ORGANIS, 2021). Durante a pandemia de Covid19, o registro de produtores orgânicos certificados aumentou cerca de 10% em um ano devido ao aumento da demanda, sendo que em 2021 foram registrados mais de 25 mil estabelecimentos orgânicos registrados no Cadastro Nacional dos Produtores Orgânicos (CNPO/MAPA, 2021). Esse número de produtores no setor deve ser tratado com cautela, visto que o cadastro é apenas para produtores orgânicos certificados. No Censo Agropecuário (2017) consta a atuação de 64690 agricultores que se autodeclararam orgânicos, ou seja, muitos são agroecológicos, porém não estão formalizados conforme a Lei brasileira 10.831 de dezembro de 2003, que regulamenta a agricultura orgânica no país (LIMA *et al.*, 2019).

Nesse aspecto, não é sempre que o abastecimento de alimentos orgânicos garante a sustentabilidade da cadeia produtiva. No caso dos mercados orgânicos norte-americano e europeu, os produtos percorrem longas distâncias via importação, o que acarreta em altos custos energéticos, emissões de CO₂ e poluição do ar e sonora, quando contabilizada a distância da origem da produção até o consumo dos alimentos (LIMA *et al.*, 2019). Há também o processo de convencionalização da produção orgânica, abordado na literatura como um ‘processo de apropriação dos valores e práticas agroecológicos, reduzindo-os a procedimentos de manejo dos agroecossistemas (a agricultura orgânica) que podem ser conduzidos em moldes muito similares àqueles encontrados na agricultura convencional’ (NIEDERLE; ALMEIDA, 2013, p.25). Isso faz com que o abastecimento desses alimentos se concentre nas grandes redes varejistas (GUTHMAN, 2004), deslocando-se dos circuitos locais e regionais da agricultura familiar. Entretanto, no Brasil tanto os produtores agroecológicos quanto os orgânicos devem comercializar de acordo com a legislação, se desejarem obter a certificação da conformidade orgânica da produção. Dessa forma, passa a ser essencial a construção de espaços de comercialização onde ocorra a valorização dos

¹Optamos pela utilização da denominação ‘orgânicos’ ao fazer referência a um produto que está de acordo com a Lei brasileira 10.831 e carrega princípios agroecológicos nos seus aspectos sócio-produtivos. A literatura indica que existem diferenças entre as especificidades de orgânicos e agroecológicos (NIEDERLE; ALMEIDA, 2013), porém visto que esse artigo não objetiva aprofundar nessa distinção, unimos as definições ao considerar um alimento sem agrotóxicos de qualidade superior.

atributos de qualidade dos produtos da agricultura familiar agroecológica e das externalidades positivas dessa forma de produção, para além do alimento orgânico certificado, visando à inclusão da agricultura familiar agroecológica nos mercados.

Frente a mercados seletivos, a organização em grupos, associações e cooperativas de agricultores têm se mostrado como uma alternativa para acessar os mercados gerando maior escala na comercialização agroecológica e, conforme a proximidade gerada com os consumidores, comunicar os atributos de qualidade associados ao alimento, gerando maior fidelização nos mercados (LOCONTO *et al.*, 2018). Assim, criam-se possibilidades coletivas de acesso aos mercados, em que se expressa a habilidade dos agricultores familiares em articular-se com outros atores sociais (consumidores, ONGs, organizações da sociedade civil, instituições públicas e privadas) para fazer frente às mudanças em curso nesse mercado (NIEDERLE; ALMEIDA, 2013).

A discussão sobre CCC e RCA em torno de alimentos orgânicos e agroecológicos trouxe luz para o potencial de diversas iniciativas em que os consumidores estão tornando-se mais ativos e construindo socialmente mercados junto aos agricultores. Exemplos dessas experiências são as iniciativas de compra/venda direta por pedido antecipado como as Comunidades que sustentam a agricultura (modelo CSA), *Gruppi d'Acquisto Solidale* (GAS) na Itália (ROSSI; BRUNORI, 2017), *Association pour Le Maintien d'une Agriculture Paysanne* (AMAP) na França (LAMINE, 2005), os Grupos de Consumo na Espanha e as *Canastas Comunitarias* no Equador (PREISS, 2017). No caso do Sul do Brasil, muitas dessas experiências estão vinculadas aos territórios rurais e suas redes, como por exemplo, a Rede Ecológica de Agroecologia criada no final dos anos noventa (ROVER, 2011; ROVER *et al.*, 2017), ou experiências recentes como as Células de Consumidores Responsáveis na região da Grande Florianópolis, Santa Catarina (ESCOSTEGUY, 2018; MIRANDA, 2021; LOVATTO *et al.*, 2021). Na Região Metropolitana de Curitiba foram mapeados 48 grupos de consumo responsável de alimentos orgânicos em 2020, na forma de modelos como Cestas Solidárias e de CSAs, com aumento expressivo relativo aos 3 grupos existentes em 2016 (SANTOS; DAROLT, 2021). Muitas dessas iniciativas nasceram no contexto de movimentos sociais rurais, avançaram em dinâmicas produtivas e organizativas, até que necessitaram ampliar a demanda pelos alimentos e mobilizaram a cidadania urbana interessada em ser abastecida por agricultores familiares e agroecológicos (SOUZA *et al.*, 2021).

Em termos de cooperativas de consumo, destacam-se, mundo afora, diversas iniciativas em que consumidores se envolvem de forma mais ativa no abastecimento

alimentar. Estas iniciativas podem ser encontradas em diversos países e, por vezes, possuem características das RAA, como é o caso das CC na Polónia, caracterizadas como iniciativas pequenas, de base, populares entre a parte mais instruída e/ou rica da população e que mobilizam diferentes noções de alimento de qualidade e local, muitas vezes com dificuldade na cooperação entre os membros, agricultores (normalmente desvinculados de coletivos) e atores locais – outros agricultores, ONGs e autoridades (BILEWICZ; ŚPIEWAK; 2019).

Em outros contextos, as CC podem organizar-se em formatos similares às grandes redes varejistas, como é o caso dos supermercados cooperativos na Itália, visto que a maior fatia do mercado em termos de varejo alimentar é detida por redes nacionais ligadas ao movimento cooperativo de consumo (Coop e Conad - *Consorzio Nazionale Dettaglianti*), o que impactou no fechamento de outras cooperativas de consumo e no afastamento dos princípios cooperativos (ARCIDIACONO, 2018). Na França, os supermercados cooperativos integram modalidades do varejo em larga escala, ao mesmo tempo em que carregam uma ‘promessa de diferença’ (EL KARMOUNI; PRÉVOT–CARPENTIER, 2016; EL KARMOUNI 2017; GIACCHÈ; RETIÈRE, 2019), características das RAA (LE VELLY, 2017). Nesse sentido, os vínculos que essas CC estabelecem com um abastecimento alicerçado na produção local, regional e familiar pode variar conforme a organização para o consumo, trajetórias, valores e tipos de circuitos de abastecimento que privilegiam, podendo gerar maior ou menor impacto no desenvolvimento sustentável dos territórios locais.

Parte do debate proposto pelas RCA é verificar o quanto essas experiências vão além da (in)definição entre ‘alternatividade’ e ‘convencional’, conformando espaços férteis para a ação cidadã em torno de projetos alimentares que gerem maior soberania, justiça e democracia alimentar. No contexto da crise provocada pela pandemia do coronavírus, as reflexões sobre as desigualdades do sistema agroalimentar assumem ainda maior relevância, pois muitos produtores perderam acesso aos mercados devido à suspensão das feiras livres e outros canais nesse período (SCHNEIDER *et al.*, 2020). Pelo lado do consumo, a ineficiência dos formatos vigentes em gerar o acesso aos alimentos ganhou destaque nos debates de garantia da Segurança Alimentar e Nutricional dos povos frente às cadeias globais, oligopolizadas, de alimentos processados e com uso excessivo de agroquímicos (ANDERSON; RIVERA–FERRE, 2021, CLAP; MOSELEY, 2020; DAUFENBACK, 2021).

Frente aos processos de desconexão entre os elos da produção, transformação/agroindustrialização e consumo, os CCC propõem maior proximidade entre as duas pontas da cadeia. Os canais de comercialização nos CCC têm, no máximo, um

intermediário entre produtores e consumidores (DAROLT, 2013; MAYE e KIRWAN, 2010). Estes canais podem ser compreendidos através de diferentes dimensões de proximidade: geográfica ou espacial, informacional e relacional (MARSDEN *et al.*, 2000; RENTING *et al.*, 2003; DAROLT, 2013; KNEAFSEY *et al.*, 2013). Dessa forma, os atores socioeconômicos poderiam constituir mercados onde os produtores e os consumidores possam participar ativamente, com mais poder de decisão e retorno econômico (GELBECKE *et al.* 2018). Aproximar a produção dos consumidores dos alimentos possibilita ainda gerar a oferta de alimentos mais frescos e de alta qualidade a preços mais acessíveis, enquanto os produtores podem obter rendas mais significativas, especialmente se a venda dos alimentos for direta, visto que eles possuem maior autonomia na decisão sobre valores de produtos, assim como sobre o que irão produzir nas suas propriedades (LIMA *et al.*, 2019).

Diante da contextualização proposta, os CCC são considerados por Darolt e Rover (2021) como inovações sociais que geram espaços de interações entre agricultores, consumidores e agentes envolvidos, contribuindo para a formação de redes agroecológicas. Além dos espaços de aproximação gerados pelos CCC, há o potencial de criação de espaços férteis para o exercício da cidadania agroalimentar (em inglês, *food citizenship*) (RENTING, 2012), onde ocorre o maior envolvimento da sociedade civil na construção social do abastecimento alimentar junto aos agricultores, organizações e instituições. Isso pode contribuir para gerar dinâmicas de apropriação social dos atores no sistema agroalimentar (em inglês, *citizen ownership*) (O'HARA; COLEMAN, 2017), resultando em espaços onde ocorre o exercício de uma democracia mais participativa, em contraste com a democracia gerada pelo modelo neoliberal de baixa participação dos atores (SANTOS, 2002).

Nesse estudo entendemos a apropriação cidadã de dinâmicas comerciais pelos AFA como o processo em que os agricultores e consumidores podem construir alternativas de abastecimento alimentar em redes, mobilizando a participação social e diversas ações coletivas que podem incidir em um contexto social mais amplo. Isso pode contribuir com a mobilização dos grupos e atores sociais envolvidos na criação de práticas cidadãs de comercialização, ou seja, dinâmicas comerciais que podem inserir os agricultores familiares de forma mais autônoma e justa nos mercados e ampliar o acesso aos alimentos orgânicos, indo muitas vezes além de aspectos mercantis.

No contexto brevemente descrito se situam as duas experiências estudadas nessa pesquisa, as cooperativas de consumo localizadas no estado do Rio Grande do Sul, Brasil. A primeira, Coopet – Cooperativa de Consumidores de Produtos Ecológicos de Três Cachoeiras,

está localizada no litoral norte do estado, em um município com cerca de 10 mil habitantes (IBGE, 2021). A segunda, GiraSol – Cooperativa de Comércio Justo e Consciente, localiza-se na região metropolitana de Porto Alegre/RS, a capital do estado. Ambas possuem o objetivo de gerar aos consumidores acesso aos alimentos orgânicos da agricultura familiar agroecológica. As CC estudadas são caracterizadas pelo envolvimento ativo do elo do consumo na gestão do abastecimento dos alimentos e parecem representar experiências ricas em termos de construção coletiva com os agricultores e suas organizações para o acesso aos alimentos orgânicos, saudáveis e diversos, por preços mais justos do que aqueles encontrados nos mercados convencionais.

São necessários maiores estudos a respeito de formatos que permitam o envolvimento ativo de consumidores urbanos em torno da cidadania agroalimentar, com maior poder de decisão e construção de espaços economicamente justos, visando a reflexão sobre modelos que possam contribuir para a justiça alimentar na produção–consumo–abastecimento de alimentos (RENTING *et al.*, 2012). Nessa pesquisa, interpretamos as CC como potenciais ‘intermediários’ de acordo com a definição de Loconto *et al.* (2018), ‘pessoa ou organização que é parte do sistema e está atuando para facilitar as interações entre produtores, consumidores e outros intermediários – com ou sem envolvimento direto na comercialização do produto ou transação de mercado’ (p. 8, tradução nossa). Esses intermediários engajados poderiam desempenhar papéis importantes nos circuitos de comercialização, muitas vezes percebendo o aumento da procura pelos alimentos territoriais e orgânicos/ agroecológicos e agindo de forma a ativar e dar início a processos de proximidade entre produtores e consumidores (ROVER; DAROLT, 2021).

Um dos diferenciais do arranjo em CC refere-se à organização de consumidores para o acesso aos alimentos que permite a formação de lojas para a comercialização dos produtos diretamente dos agricultores familiares, tanto para aquisição de associados, quanto para consumidores não associados. Isso tem o potencial de contribuir para reduzir as assimetrias informacionais nos mercados, agravadas pela formação de longas cadeias que aumentam o número de transações e os ganhos aos agentes atravessadores, muitas vezes diminuindo o ganho dos agricultores e resultando em preços elevados para os consumidores finais.

Nesses espaços econômicos cooperativos, os consumidores também ampliam o potencial de produtos orgânicos que podem acessar, pois neles pode-se congrega a oferta de maior número de grupos de agricultores familiares e outros fornecedores. Além disso, esses arranjos possuem o potencial de permitir uma maior proximidade entre os elos do consumo e

da produção, o que poderia contribuir para a formação de redes que ampliassem ainda mais o abastecimento e fortalecessem mercados agroecológicos, por meio de maior estabilidade e segurança na compra e venda de alimentos orgânicos, tanto para consumidores, quanto para agricultores (LOCONTO *et al.*, 2018). Esses aspectos contribuiriam para a construção social de mercados agroecológicos mais justos socioambiental e economicamente, e para a aproximação entre campo e cidade na reconstrução do sistema agroalimentar.

Essa dissertação busca estudar as cooperativas de consumo a partir do lugar das ciências agrárias, com olhar para a agricultura familiar agroecológica e as redes de relações que estão envolvidas nesse contexto. Buscamos compreender esses espaços coletivos de comercialização a partir dos mercados agroalimentares, baseados na sua construção social e nas relações que se estabelecem entre os atores sociais e os territórios em que estão inseridos. A partir daí, busca-se responder a pergunta orientadora: qual a contribuição das cooperativas de consumo (CC) para a geração de mercados e fortalecimento do sistema agroalimentar (ou RCA) que valorizem a agricultura familiar agroecológica?

A seguir, apresentaremos a estrutura da dissertação e os objetivos específicos que nortearam a pesquisa.

1.1 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO E OBJETIVOS DA PESQUISA

A dissertação está constituída por dois artigos, além desta introdução e das conclusões e considerações finais. A elaboração textual seguiu a opção do conjunto de artigos científicos, sendo que ambos ainda serão submetidos e adequados conforme as normas das revistas científicas. Cada um apresenta seu próprio objetivo, revisão da literatura, método de pesquisa, resultados, discussões, conclusões e considerações finais.

O objetivo dessa pesquisa é analisar a contribuição das CC estudadas para a geração de mercados e fortalecimento do sistema agroalimentar (ou RCA) que valorizem a agricultura familiar agroecológica. Fazemos isso em dois momentos:

O primeiro artigo teve como objetivo central ampliar o debate sobre as cooperativas de consumo de alimentos orgânicos em sua promoção de CCCs, analisando criticamente se e como elas impactam na aproximação entre produção e consumo, e valorização da agricultura familiar agroecológica. Nele, apresentamos a metodologia utilizada na coleta de dados e, em seguida, analisamos a partir da percepção dos gestores, agricultores e agentes envolvidos qual a contribuição das proximidades identificadas (espaciais, relacionais e informacionais) para a

valorização da agricultura familiar agroecológica. Na continuação, debatemos a centralidade do abastecimento nas CC para os agricultores. Por último, tecemos algumas conclusões e considerações finais sobre os circuitos curtos de abastecimento alimentar das cooperativas de consumo estudadas.

No segundo artigo, objetivamos analisar como nesses contextos são geradas práticas cidadãs de comercialização e dinâmicas de apropriação cidadã pelos AFA em redes de cidadania agroalimentar. Para isso mobilizamos os conceitos de redes alternativas agroalimentares e redes de cidadania agroalimentar para a apropriação cidadã de mercados agroalimentares. Na sequência, abordamos a metodologia utilizada e, posteriormente, debatemos a trajetória dos atores sociais envolvidos no abastecimento e o contexto socioorganizativo em que se inserem, identificando as RCA que se conformam em torno das CC. A partir daí, evidenciamos a emergência de dinâmicas comerciais nas redes a partir das CC que foram apropriadas pelos AFA e que resultam na emergência de práticas cidadãs de comercialização, indo muitas vezes além de aspectos mercantis. Este artigo é finalizado com algumas conclusões e considerações finais sobre a contribuição das CC e redes para a inserção dos AFA de forma mais autônoma e justa nos mercados e para a ampliação do acesso aos alimentos orgânicos pelos consumidores.

2 ARTIGO 1: ABASTECIMENTO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS EM CIRCUITOS COMERCIAIS DE PROXIMIDADE: O CASO DE DUAS COOPERATIVAS DE CONSUMO (CC) NO RS, BRASIL

2.1 INTRODUÇÃO

Os canais predominantes de abastecimento alimentar, longos e industrializados, beneficiam economicamente os intermediários e trazem diversas consequências sociais que incidem sobre a produção e o consumo de alimentos (PLOEG, 2008). Os mercados seletivos muitas vezes impactam na fragilização da produção artesanal representada pelas agriculturas familiares, camponesas, quilombolas e indígenas (WILKINSON, 2008), ao mesmo tempo em que elitizam o consumo de alimentos orgânicos (GUIVANT, 2003). As novas formas de produção e consumo expressam noções diferentes daquelas dos padrões industriais (GOODMAN, 2003; 2004), onde a busca por alimentos ‘orgânicos’, ‘agroecológicos’, ‘locais ou regionais’ e ‘direto do produtor’ se expressa no surgimento de circuitos curtos de comercialização (CCC). Esses espaços possuem o potencial de aproximar as duas pontas da cadeia em dinâmicas de abastecimento com maior participação dos envolvidos, que permitem mobilizar conceitos centrais para os circuitos curtos como proximidade, qualidade e confiança sobre a origem e qualidade do alimento.

As cooperativas de consumo são reconhecidas por Loconto *et al.* (2018) como experiências exitosas para a construção de mercados agroecológicos, onde consumidores e produtores possuem maior poder de decisão e retorno econômico, com maior proximidade entre consumo, produção e suas organizações. Frente aos mercados seletivos, essas experiências cooperativas de aquisição de alimentos, principalmente aquelas inseridas em redes, gerariam maior fidelização dos consumidores e, conseqüentemente, maior estabilidade e segurança nos mercados orgânicos para os produtores, assim como a maior valorização de produtos regionais e locais produzidos pelas agriculturas familiares (LOCONTO *et al.*, 2018).

Entretanto, pouco se sabe sobre a organização, valores e funcionamento das cooperativas de consumo no Brasil (SOUZA, 2008; DAROLT *et al.*, 2016; LAMINE *et al.*, 2012). No contexto europeu, onde essas experiências são mais frequentes, Pérez-Suárez e Domínguez (2018) analisaram a continuidade e o futuro das cooperativas de consumo em Andalucía, Espanha e Europa, e identificaram que há uma situação crítica de desconexão da esfera local, porém também percebem, em um contexto de crise, um fortalecimento dos seus

valores alternativos às empresas capitalistas por meio das redes sociais em que estão inseridas.

No sentido de contribuir para o estado da arte desse tema, este artigo objetiva ampliar o debate sobre as cooperativas de consumo de alimentos orgânicos, a partir de dois estudos de caso localizados no RS, Brasil, analisando como elas impactam na aproximação entre produção e consumo e valorização da agricultura familiar agroecológica através dos CCC que promovem. Analisamos o caso da Coopet – Cooperativa dos Consumidores de Produtos Ecológicos de Três Cachoeiras, localizada em Três Cachoeiras/RS e da GiraSol – Cooperativa de Comércio Justo e Consciente, localizada em Porto Alegre/RS. Ambas manifestam o objetivo de acessar coletivamente alimentos orgânicos produzidos localmente por agricultores familiares, vinculados ao movimento agroecológico e alternativo da agricultura orgânica no Sul do Brasil.

O artigo está dividido em cinco partes, além desta introdução. Primeiramente, apresentaremos os principais elementos abordados na literatura sobre CCC e traremos alguns elementos relevantes que envolvem as CC. Em seguida apresentaremos a metodologia utilizada na coleta de dados. Na continuação, analisaremos as proximidades entre produção e consumo geradas na comercialização dos alimentos, assim como discutiremos a centralidade do abastecimento nas CC para os produtores. Por último, traremos algumas conclusões sobre como as CC estudadas contribuem na geração de circuitos curtos de abastecimento alimentar que fortalecem a AFA.

2.2 COOPERATIVAS DE CONSUMO PROMOVEDO CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO (CCC)

Esta seção objetiva apresentar a teoria em torno dos CCC inseridos em redes agroalimentares alternativas (*alternative agri-food networks* – AFN) e redes de cidadania agroalimentar (*civic food networks* – CFN) como uma estratégia de inserção da agricultura familiar nos mercados, bem como definir e caracterizar o que se entende pelas cooperativas de consumo em estudo. Observando a comercialização de alimentos orgânicos em cooperativas de consumo no Rio Grande do Sul, utilizamos esse referencial teórico para analisarmos se e como as práticas de comercialização das CC geram proximidades entre a produção-consumo dos alimentos e contribuem para a valorização da agricultura familiar agroecológica.

2.2.1 Principais aspectos de circuitos curtos de comercialização (CCC) e redes de cidadania agroalimentar (RCA)

Os CCC são caracterizados pela aproximação entre produção e consumo: geográfica ou espacial, relacional (RENTING *et al.*, 2003; DAROLT, 2013; KNEAFSEY *et al.*, 2013) e informacional (ou de proximidade estendida) (MARSDEN *et al.*, 2000).

A aproximação entre produtor e consumidor é um fator importante no conceito de CCC. No entanto, a literatura argumenta diferentes formas em que essa aproximação e conhecimento sobre o produto ocorre. É importante ressaltar que uma experiência de abastecimento alimentar pode engendrar uma ou mais formas de proximidade, mesclando elementos de CCC e até de circuitos longos no fornecimento dos alimentos (RENTING *et al.*, 2003).

De acordo com Darolt (2013) e Chafotte e Chiffolleau (2007), esses circuitos articulam a venda com no máximo um intermediário entre produtores e consumidores. Dessa forma podem constituir canais de venda direta (feiras, entregas de cestas, vendas nas propriedades) ou indireta (cooperativas de consumo ou de produção, lojas especializadas) de distribuição alimentar. Nesses casos, as relações de confiança são construídas direta ou indiretamente pelas conexões e interações entre os atores envolvidos, permitindo vínculos entre o rural e o urbano, e comunicação sobre os modos de produção e os atributos de qualidade do produto esperados pelo consumidor final.

Para Marsden *et al.* (2000), essas cadeias também podem percorrer maiores distâncias ou ir além no número de intermediários, desde que mantenham a informação que permita ao consumidor reconhecer de forma confiável o lugar de origem do produto, os valores das pessoas envolvidas e os métodos de produção utilizados (garantida via certificação). Esse formato depende essencialmente de códigos, convenções institucionalizadas e mediadores que possibilitem tanto a ampliação das redes que aproximam produtores e consumidores, quanto a "ação à distância" (WHATMORE; THORNE, 1997 apud RENTING *et al.*, 2003). Nesses casos, as redes de confiança são substituídas pelo uso de selos e formas mais institucionalizadas e jurídicas que garantam a qualidade dos produtos e, ao mesmo tempo, envolvam órgãos externos no controle e certificação (ex. comércio justo).

As possíveis convenções de qualidade mobilizadas nos CCC são diversas— conexão com o território, identidade cultural, sustentabilidade, dentre outras — porém usualmente diferem daquelas propostas pela homogeneização da produção em massa e industrial de

alimentos. Na análise de Renting *et al.* (2003), os CCC estudados na Europa consideram que quanto mais diferenciado e enraizado um produto for, mais raro ele será no mercado. Assim, os atores envolvidos constroem a noção de diferenciação conforme as relações transparentes entre produtores, consumidores e demais envolvidos, de forma a estabelecer critérios comuns a todas as partes que sejam suficientemente comunicados aos consumidores finais. As convenções de qualidade variam entre características ligadas ao local de produção/produtor ou ligadas ao método de produção. O interesse dos consumidores por “alimentos orgânicos”, “artesanais”, “locais ou regionais”, “agroecológicos”, “naturais” são exemplos de elementos usualmente associadas à agricultura familiar e que os CCC seriam capazes de abastecer.

São características importantes dos CCC: a organização da produção e de serviços associados às características de um território específico (BOULIANNE *et al.*, 2021); relações predominantes nos mercados locais e regionais (SOUZA *et al.*, 2021; MALUF, 2004); encurtamento do número de intermediários (AUBRY; CHIFFOLEAU, 2009); maior conexão entre produtores e consumidores, não necessariamente pela venda direta, mas pelo acesso a produtos que comportam considerável informação de valor (MARSDEN *et al.*, 2000); construção de relações de confiança entre produção e consumo (CASSOL; SCHNEIDER, 2017; DIAS *et al.*, 2017); e noções de qualidade adaptadas a condições socioprodutivas locais e regionais, com vistas a sustentabilidade e segurança alimentar (regional, artesanal, orgânico, ecológico e direto do produtor) (RENTING *et al.*, 2003).

Os CCC muitas vezes são considerados parte de Redes Agroalimentares Alternativas (RAA), que propõem a contraposição ao modelo agroalimentar dominante (GAZOLLA; SCHNEIDER, 2017). Porém, se a alternatividade é muitas vezes o ímpeto inicial destas redes, elas podem ser melhor definidas pela ação cidadã de seus envolvidos, do que pela efetiva capacidade de ativar caminhos estruturalmente alternativos ao modelo dominante (RENTING *et al.* 2012). Goodman (2004) critica ainda a abordagem das RAA pela falta de atenção às questões de inclusão e justiça social, ambas no que dizem respeito ao tipo de agricultores envolvidos e aos tipos de interesses abrangidos no âmbito do consumo de classe média.

Ainda que os CCC possam constituir espaços econômicos interessantes para a inclusão dos agricultores nos mercados, permanecem inseridos no contexto capitalista, muitas vezes com barreiras estruturais que impedem a ampliação da produção e consumo dos alimentos transacionados através deles. Mesmo para produtores e consumidores que acessam os CCC, o formato “híbrido” desses mercados, – combinando no tempo e no espaço elementos ‘alternativos’ e ‘convencionais’ (em termos de escala, padrões de qualidade,

seletividade, clientelismo, etc.) – impacta diretamente na forma como os cidadãos rurais e urbanos se relacionam com o alimento, as trocas e reciprocidades envolvidas. Permanecem os desafios de uma *crisis of consumer trust* em torno dos sistemas alimentares (GOODMAN e GOODMAN, 2009; MÉNDEZ; ESPEJO, 2014) e a dificuldade em adaptarem-se as condições de um consumo mais “agroecológico” e diverso, que respeite a sazonalidade dos alimentos e as condições socioprodutivas da agricultura familiar.

Neste sentido, quando falamos em CCC e formas de aproximação produção–consumo (RENTING *et al.*, 2003, 2012; GOODMAN, 2004; TREAGEAR, 2011) preferimos nos referir a Redes de Cidadania Agroalimentar (RCA), ótica que permite analisar os novos papéis dos consumidores e o hibridismo das experiências em relação à apropriação capitalista. As RCA são consideradas um avanço do conceito de RAA, por incluir debates como a democratização alimentar, justiça social e a construção de redes cidadãs, com ampliação do papel do consumidor para o redesenho dos sistemas agroalimentares.

A relevância do elo do consumo nos debates acerca da transição para um sistema agroalimentar mais justo e democrático em termos ambientais, sociais e econômicos é crescente. No debate das RCA, há o enfoque sobre a ação cidadã na governança dos sistemas alimentares, junto aos mercados e agentes públicos locais (ROVER; RIEPE, 2015; DAROLT *et al.*, 2016; PREISS, 2017; ESCOSTEGUY *et al.*, 2018; MIRANDA, 2020). Por meio de formatos de organização coletiva em redes, com o protagonismo de consumidores e agricultores, há o fortalecimento da capacidade organizativa e construção de organizações fortes e capazes de exercer pressão para a mudança de políticas que apoiem o processo de redesenho do agroalimentar (RENTING *et al.*, 2012; LAMINE *et al.*, 2012; CUCCO; FONTE, 2015).

No escopo da agroecologia, o trabalho coletivo com a participação dos agricultores, consumidores e suas organizações em rede, gera um espaço fértil para a multiplicação de metodologias e processos sociais exitosos para massificar e escalar práticas agroecológicas para a transformação da produção, distribuição e consumo de alimentos em algo melhor para as pessoas e o meio ambiente (ROSSET; ALTIERI, 2018).

A organização de redes que geram a interação entre consumidores ativos em torno do alimento, agricultores e organizações sociais possuem o potencial para gerar inovações e práticas cidadãs, que contribuam para o redesenho do agroalimentar. A perspectiva analítica das RCA auxilia a reconhecer espaços de experimentação, capazes de estimular a criação de novas narrativas e formas de cidadania em torno dos alimentos (RENTING *et al.*, 2012). As

conexões em CCC criadas nesses espaços podem contribuir para o abastecimento dos alimentos orgânicos da agricultura familiar, a partir da organização dos atores, sem depender necessariamente de ações do Estado para a sua efetivação.

2.2.2 As cooperativas de consumo na promoção de proximidades

As CC são organizações que podem ou não ajudar a promover CCC, mesclando alternativo e convencional em termos de padrões de qualidade e nas dinâmicas de abastecimento. No Brasil, o ranking da Associação Brasileira de Supermercados em 2020 apresentou um supermercado cooperativo – a Coop CC–em 18º lugar, com faturamento bruto de R\$ 2.399 bilhões, equiparando-se aos grandes players e redes varejistas do segmento dos supermercados (DOMINGUES; MARTINS, 2004; ABRAS, 2020). Na Itália, a maior fatia do mercado em termos de varejo alimentar é detida por redes nacionais ligadas ao movimento cooperativo de consumo (Coop e Conad), sendo que essas experiências possuem forte organização dos consumidores em sistemas que operam em escalas e padrões diversos, tanto nos termos de CCC quanto de modelos em circuitos alongados (ARCIDIACONO, 2018).

Na França, os supermercados cooperativos carregam uma ‘promessa de diferença’ característica das RAA, que podem ser analisadas como uma combinação de atividades regulatórias convencionais e alternativas, sendo parte da proposta fornecer alimentos orgânicos locais ao mesmo tempo em que ampliam horários de funcionamento, organização e acessibilidade, aproximando-se da dinâmica de funcionamento de supermercados (EL KARMOUNI; PRÉVOT–CARPENTIER, 2016; EL KARMOUNI 2017; GIACCHÈ; RETIÈRE, 2019; LE VELLY, 2017). Entretanto, Giacchè e Retière (2019) notaram que essas iniciativas relatam que cumprir integralmente o objetivo de fornecer alimentos locais e orgânicos não é realista, tanto pelo poder aquisitivo variável dos consumidores, quanto pela dificuldade dos produtores orgânicos locais em suprir as necessidades do supermercado cooperativo em termos de quantidade, diversidade e requisitos logísticos. Nestes casos, a exigência de padrões de qualidade similares aos de supermercados convencionais poderiam impactar na atuação de intermediários oportunistas que reduziriam os ganhos dos agricultores e aumentariam os preços para os consumidores, ou mesmo na exclusão de agricultores familiares desses mercados (PLOEG, 2008; WILKINSON, 2008; GUIVANT, 2003), o que contrasta com uma das ‘promessas de diferença’ que essas experiências propõem.

As CC analisadas nesse estudo afirmam operar em lógicas que permitem a valorização da agricultura familiar, em termos organizacionais, de padrões de qualidade e vínculo com produtores locais. Elas são pioneiras em algumas práticas associadas ao movimento alimentar alternativo no Brasil, como a busca de relações próximas com os produtores, a defesa do alimento local e orgânico e o protagonismo de consumidores na co-responsabilidade sobre o sistema agroalimentar.

Em Renting *et al.*(2003), as CC que operam em CCC são consideradas cadeias ‘de proximidade’, o que equivale à ‘venda indireta’ em que Darolt *et al.* (2016) também categoriza essas experiências, ambos no contexto teórico das RAA. Nesse caso ocorreria a articulação dos consumidores em torno da instituição cooperativa com o objetivo de unir o poder de compra individual e ampliar o abastecimento, quando promovem circuitos de proximidade (RENTING *et al.*, 2003). Segundo os autores, essas experiências estariam frequentemente organizadas em redes em torno da proximidade espacial, onde os consumidores acessariam os produtos em um ponto de venda que informaria a identidade "local" dos mesmos. Essa natureza local dos produtos também poderia ser ampliada para uma identidade regional, sendo construída em atividades coletivas, por meio da organização de eventos, feiras ou roteiros temáticos que atrairiam os consumidores e ampliariam ainda mais o abastecimento, mantendo a proximidade. Em CC que promovem CCC, os agentes intermediários atuam como articuladores do abastecimento local e regional, garantindo a autenticidade dos produtos e permitindo alguma forma de conexão entre consumidor e produtor, elementos que verificamos nesse estudo a partir das CC estudadas.

A partir da formação de CCC, o abastecimento se torna um espaço fértil para a formação de redes onde ocorrem inter-relações entre atores organizativos que estão diretamente envolvidos na produção, processamento, distribuição e consumo de forma interdependente (RENTING *et al.*, 2003; RENTING *et al.* 2012). Essa perspectiva amplia as formas de conexão e articulação cidadã que podem ocorrer no escopo desses circuitos (DAROLT *et al.*, 2016) e envolve mais explicitamente o papel central de mecanismos de governança criados pela sociedade civil, a partir de relações de confiança e noções de comunidade. Ou seja, conforme colocado por Loconto *et al.*(2018), ao conformar CCC envolvendo o consumo, a produção e suas organizações de forma a gerar fidelização entre cidadãos urbanos e rurais, as experiências podem contribuir para o fortalecimento das organizações da agricultura familiar e para o desenvolvimento dos territórios rurais.

2.2.3 Uma breve história das cooperativas de consumo ligadas ao movimento da agricultura ecológica no RS, 1990–2021

A primeira cooperativa de consumo, trabalho e produção iniciada por consumidores em torno da aquisição de produtos ‘ecológicos’ no Rio Grande do Sul foi a Coolmeia Cooperativa Ecológica, sucessora da cooperativa dos membros da fundação Dr. Serge Raynaud de La Ferrière Ltda. (fundador da Grande Fraternidade Universal), fundada em 1978 com sede em Porto Alegre (COSTA, 1992; SCHULTZ *et al.* 2001). A cooperativa surgiu em um movimento contrário àquele da ditadura e ao incentivo a modernização da agricultura, buscando valorizar os princípios de ecologia, naturismo e cooperativismo. A Coolmeia atuou na formação de uma ‘rede cidadã entre agricultores e consumidores’ e apoiou a formação da FAE – Feira dos Agricultores Ecologistas, a Feira da Cultura Ecológica e a Feira da Biodiversidade, todas na capital do estado. A cooperativa desenvolveu junto a agricultores e consumidores a consciência da importância de se produzir e consumir alimentos mais saudáveis, sem o uso de agroquímicos e chegou a contar com 1300 associados, a maioria deles consumidores, mas também servidores e produtores (individuais e associações) (COSTA, 1992; SCHULTZ *et al.* 2001). A Coolmeia cessou as atividades nos anos 2000, mas serviu de inspiração em termos de valores e estrutura de funcionamento para as cooperativas de consumo de alimentos ecológicos que surgiram naquele período e após.

A Coopet foi a segunda CC de produtos ecológicos no RS, fundada em junho de 1999, e teve seu estatuto baseado naquele utilizado pela Coolmeia. Ela se tornou referência para a atuação da ONG Centro Ecológico, que posteriormente apoiou a formação de outra CC no município vizinho, a Ectorres – Cooperativa de Consumidores de Produtos Ecológicos de Torres, fundada em novembro de 1999. Essas experiências também inspiraram outras iniciativas criadas no estado de Santa Catarina (Praia Grande, Araranguá, Sombrio e Criciúma) que não permaneceram em funcionamento. Além dessas, em 2006 houve a abertura da GiraSol em Porto Alegre (RS), também inspirada no exemplo da Coolmeia e em trocas de experiência com os sócios da Coopet.

Dentre as três cooperativas de consumo de produtos orgânicos e agroecológicos em funcionamento no RS, esse trabalho tem enfoque nas experiências da Coopet (Três Cachoeiras) e GiraSol (Porto Alegre), pois essas experiências representam contextos diversos que possibilitam reflexões aprofundadas sobre as trajetórias dos atores envolvidos, as proximidades geradas no contexto de CCC e o impacto da organização do consumo em CC

para a valorização da agricultura familiar agroecológica. A primeira, uma experiência enraizada na participação dos atores envolvidos na Rede Ecovida de Agroecologia² e, a segunda, contribuindo com noções de economia solidária e envolvimento com diversas redes de comercialização. Dessa forma, analisamos essas experiências com enfoque nas proximidades que geram na comercialização, verificando como organizam o abastecimento e em que medida promovem a agricultura familiar agroecológica nos territórios.

2.3 METODOLOGIA

Com o objetivo de analisar se e como as CC Coopet e GiraSol impactam na aproximação entre produção e consumo, com valorização da agricultura familiar agroecológica através dos CCC que promovem, essa pesquisa compreende um estudo de múltiplos casos, desenvolvido no estado do Rio Grande do Sul, localizado no sul do Brasil. A abordagem do estudo é qualitativa com metodologia não participativa.

Para tal, a pesquisa foi realizada em duas etapas: A primeira, de caráter exploratório, incluiu um levantamento de informações dos produtos comercializados nos diferentes estabelecimentos (variedade de itens de alimentos orgânicos frescos e minimamente processados, marcas, certificadoras, origem) e levantamento de documentos (estatuto das cooperativas, atas de assembleias, relatórios de vendas e lista de produtos, conteúdo das mídias sociais). Nessa etapa, foram realizadas 08 entrevistas semiestruturadas (5 GiraSol, 3 Coopet) para compreender, a partir do ponto de vista dos gestores, as trajetórias, motivações, exigências, logísticas e desafios para a comercialização de orgânicos nas CC. Também entrevistamos 02 representantes das organizações de apoio de cada cooperativa³. No caso da GiraSol, foi realizada uma visita exploratória no mês de março de 2019, com duração de seis dias. Com o advento da pandemia de Covid19, não foi possível realizar entrevistas com

² A Rede Ecovida de Agroecologia foi criada ao final dos anos 1990 e constitui uma articulação interorganizacional que congrega agricultores familiares, ONGs, instituições de assessoria e universidades em torno da certificação, produção e comercialização de alimentos orgânicos e agroecológicos. A rede está nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e Sul de São Paulo, com cerca de 5000 famílias em quase 200 municípios (ROVER, 2011; ROVER et al., 2016; NIEDERLE et al., 2020). Essas famílias estão distribuídas em 300 grupos, que formam os 30 núcleos regionais da rede. ecovida.org.br

³ As duas CC possuem proximidade desde a origem com duas organizações sem fins lucrativos. No caso da Coopet, o Centro Ecológico é uma ONG que desde 1985, trabalha para viabilizar avanços sustentáveis na produção agrícola, mediante a adoção de tecnologias alternativas orientadas pela filosofia da preservação ambiental e da justiça social. <http://centroecologico.org.br/>. No caso da GiraSol, a Guayí - democracia, participação e solidariedade, atua desde 2001 e tem como objetivo desenvolver processos comunitários e ações educativas, colaborando com a construção de políticas públicas com cidadania e participação social. <http://guayi.org.br/>

consumidores finais em ambas as cooperativas, assim como não foi possível realizar idas a campo na Coopet.

A segunda etapa, de aprofundamento, focou em uma amostra de 05 das principais organizações fornecedoras de cada CC (agroindústrias, cooperativas, associações e grupos do Sistema Participativo de Garantia, vinculados às redes da agricultura familiar), de cada qual foi entrevistada uma pessoa que é responsável pela comercialização para as cooperativas de consumidores. Em ambos os casos, selecionamos situações com diferentes níveis de estruturação produtiva e comercial dentre os fornecedores, sendo estes: a) 03 organizações coletivas da agricultura familiar; b) 01 agroindústria mais estruturada (maior escala e qualificação na organização da produção, transporte e armazenamento dos produtos); e c) 01 organização coletiva da agricultura familiar menos estruturada (dificuldades produtivas na transição agroecológica e comerciais no escoamento e armazenamento dos produtos). Nesta etapa, devido à pandemia, foram realizadas entrevistas semiestruturadas virtualmente, visando compreender a relevância das cooperativas de consumo para os produtores, assim como aprofundar as temáticas relacionadas à confiança, proximidade e qualidade, que são critérios teoricamente empregados na noção de CCC de alimentos.

2.4 AS COOPERATIVAS DE CONSUMO E AS RELAÇÕES COM PRODUTORES E SUAS ORGANIZAÇÕES

As experiências estudadas geram a interação entre os gestores organizados a partir do espaço cooperativo, e produtores de alimentos orgânicos (organizações de agricultores familiares, agroindústria que beneficia produtos da agricultura familiar, empresas da agricultura familiar, dentre outros), dos quais 9 dos entrevistados eram organizados em grupos certificados participativamente e 1 organizado em grupo não certificado (Quadro 1; Quadro 2). As entrevistas da pesquisa mostraram que a maioria dos produtores são vinculados ao movimento da agricultura alternativa⁴ no estado do RS, tendo como característica em comum

4 No Brasil, enquanto um movimento socialmente organizado, a agricultura alternativa tem sua origem na década de 70 e surge como um contramovimento, uma via alternativa à política de modernização agrícola. Esta, pelo seu caráter excludente, irá provocar uma reação de grupos de agricultores familiares não contemplados pelos benefícios dos subsídios governamentais ou de outros serviços prestados por órgãos públicos. Motivados por agentes pastorais da Igreja e por técnicos de ONGs, principalmente, estes se organizam em associações, visando a construir um espaço de discussão sobre as condições de sua existência e formas de enfrentamento dos problemas relativos à produção e comercialização (BRANDENBURG, 2002).

o desenvolvimento de ações colaborativas em torno da certificação participativa (Sistema Participativo de Garantia - SPG⁵), produção e comercialização de alimentos orgânicos.

Quadro 1 Características das organizações fornecedoras da Coopet entrevistadas

CC	Organização fornecedora	Famílias de agricultores	Produção (entrevistado e/ou organização)	Certificação
	Cooperativa AECIA - Associação dos Agricultores Ecologistas de Ipê e Antônio Prado	Cerca de 25 famílias de Ipê e Antônio Prado/RS	Hortifruti Min. processados e processados (beneficiam produtos próprios e de terceiros)	SPG - Rede Ecovida
	Grupo Sal da Terra	6 famílias de Caraá/RS	Hortifruti Produção convencional paralela	SPG - Rede Ecovida
	Núcleo Raposa da ACERT - Associação dos Colonos Ecologistas da Região de Torres/RS	15 famílias de Três Cachoeiras e Dom Pedro de Alcântara/RS	Hortifruti Minim. Processados	SPG - Rede Ecovida. Agroindústria: não possui.
	Núcleo Três Passos da ACERT	5 famílias de Morrinhos do Sul/RS	Hortifruti	SPG - Rede Ecovida
	Agroindústria Alimentar da Rede Ecovida	Não se aplica – a agroindústria não é de origem familiar	Min. processados e processados (beneficiam produtos da AF da Rede Ecovida)	SPG - Rede Ecovida

Fonte: Elaboração própria (2021)

Quadro 2 Características das organizações fornecedoras da GiraSol entrevistadas

CC	Organização fornecedora	Famílias de agricultores	Produção (entrevistado e/ou organização)	Certificação
GiraSol	COOMAFITT - Cooperativa Mista de Agricultores Familiares de Itati, Terra de Areia e Três Foquilhas	Cerca de 40 produtores de orgânicos (15% dos associados)	Hortifruti diversos	SPG - OPAC Litoral Norte e Rede Ecovida
	Grupo Ecológico Mãos na Terra	3 famílias de São Domingos do Sul/RS	Hortifruti diversos	SPG - Rede Ecovida
	Grupo de	2 famílias de	Hortifruti diversos	SPG -

⁵O Sistema Participativo de Garantia (SPG) é “o 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. Este processo 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).

	agricultores do Assentamento Filhos de Sepé	Viamão/RS		Cooperativa Central dos Assentamentos do RS (COCEARGS)
	COOPTRAM - Cooperativa Dos Povos Tradicionais De Mostardas	21 famílias das Comunidades Quilombolas Teixeira, Cascas e Beco dos Colodianos em Mostardas/RS	Hortifruti diversos Produtos da sociobiodiversidade	Não possuem
	Agroindústria e Distribuidora Henz Orgânicos	1 família de Montenegro/RS	Citrosin <i>natura</i> Processados para exportação, via Cooperativa dos Citricultores Ecológicos do Vale do Cai (Ecocitrus)	SPG - Rede Ecovida Certificação por terceira parte

Fonte: Elaboração própria (2021)

2.5 PROXIMIDADES, QUALIDADE E CONFIANÇANAS COOPERATIVAS DE CONSUMO

A garantia dos produtos com qualidade agroecológica, incluindo as dimensões de agrobiodiversidade e localidade dos alimentos, está diretamente ligada com as práticas de construção de proximidade e confiança junto aos agricultores. É parte das práticas de ambas as cooperativas encontrar formas de aproximar-se da realidade dos agricultores e, ao mesmo tempo, encontrar ferramentas que apoiem, valorizem e comuniquem os atributos de qualidade da agricultura familiar regional aos consumidores finais.

As dinâmicas cidadãs em torno do abastecimento dos alimentos nas cooperativas de consumo estudadas geram aproximações entre os atores da produção e do consumo em três dimensões interligadas: espacial, relacional e informacional. Ao analisarmos o CCC dos alimentos, nos deparamos com alguns limites e potencialidades para as ‘proximidades’, as quais discutiremos a seguir.

2.5.1 Proximidade geográfica

Dentro da perspectiva de um arranjo agroalimentar que contribua para o desenvolvimento territorial e consumo local, a análise da proximidade geográfica demonstrou que havia três casos entre os entrevistados em que a distância da produção até a CC era maior do que os 200 km aproximados sugeridos para a realidade brasileira (ROVER; RIEPE, 2016)

(Quadro 3). No caso da Coopet, os entrevistados estavam entre distâncias de no mínimo 5 km e no máximo de 217 km da CC, valores próximos daqueles propostos pela literatura para o Brasil. Devido à característica rural do município de Três Cachoeiras, a proximidade geográfica mostrou-se como central para a Coopet, visto que o abastecimento dos alimentos era garantido por famílias vizinhas, que pertenciam à comunidade ou possuíam alguma interação com a rede de relações da cooperativa.

No caso da GiraSol, os entrevistados encontravam-se a distâncias similares, entre 20 km e 289 km da cooperativa. Porém, as relações mostraram-se menos enraizadas na comunidade devido às características metropolitana e urbana da região de Porto Alegre. Dentre os fornecedores da GiraSol, identificamos a relação com uma empresa familiar local, certificada pela Rede Ecovida de Agroecologia, que atuava como uma distribuidora de produtos de terceiros provenientes da agricultura familiar dos estados do Paraná e São Paulo, localizados a longas distâncias de Porto Alegre, onde identificamos a presença de inúmeros intermediários envolvidos no abastecimento.

Ao tratar do distanciamento entre a origem do alimento orgânico e o consumidor final na realidade da Grande Florianópolis, Gelbcke *et al.* (2018) identificaram que a pressão gerada pela exigência de consumo em termos de variedade e regularidade gerava uma imposição de afastamento geográfico entre produção e consumo, assim como no aumento dos agentes envolvidos. No caso da GiraSol o mesmo foi observado, os alimentos que percorriam longas distâncias (às vezes mais de mil quilômetros) eram frutas (mamão, abacaxi etc) que não eram ofertadas pela produção local ou regional. Essa relação foi justificada pelos gestores da GiraSol como uma necessidade de mercado, visto que os produtos fornecidos eram frequentemente procurados pelos consumidores e associados a uma alimentação saudável. Os gestores também justificaram a oferta desses produtos pela fonte ‘confiável’ dos alimentos, provenientes de um distribuidor participante da Rede Ecovida. Essa complementação da oferta faz parte da estratégia de articulação de um circuito de comercialização entre os diferentes núcleos (nos estados do RS, SC e PR) que formam a Rede Ecovida de Agroecologia, com o objetivo de beneficiar os produtores e ampliar a oferta de produtos da agricultura familiar para o consumidor.

Porém, nesse caso específico identificamos que a maior extensão do circuito de abastecimento gerou também um afastamento relacional entre a CC e os produtores, visto que não havia o diálogo com o produtor e a identificação se existia uma atuação de outros

intermediários. O agricultor distribuidor explicou que possivelmente havia a atuação de intermediários oportunistas:

‘Em São Paulo que é muito grande sim, tem uma pessoa que faz esse meio de campo. Ele pega o contato do produtor, pergunta se eu tenho interesse e a nota vem direto do produtor para mim. Aí eu acerto comissão com ele. Provavelmente ele ganha dos dois lados né, por que não tem nota fiscal, ele deve ganhar comigo e com produtor.’ (Agricultor Familiar GiraSol 01)

Assim, devido ao distanciamento geográfico e relacional entre produção e consumo, ocorria a atuação de agentes desconhecidos que possivelmente prejudicavam os ganhos dos agricultores e aumentavam os preços para os consumidores finais, em uma lógica semelhante aos mecanismos convencionais de acesso aos mercados.

A tipologia de CCC proposta por Marsden *et al.*(2000) identifica que a cadeia espacialmente estendida pode gerar benefícios aos agricultores, desde que mantenha o conhecimento da identidade dos produtores e dos produtos pelos consumidores (comércio justo, denominações de origem). Nesse caso a certificação participativa pela Rede Ecovida é mencionada pela literatura como um fator que, em teoria, deveria garantir a qualidade agroecológica dos alimentos e formas de comércio mais autônomas e justas para os produtores, fator importante que compõe a noção de CCC (Darolt *et al.*, 2016). Ainda que o exemplo do ‘agricultor distribuidor’ não deva ser generalizado para todas as relações da Rede ou das cooperativas de consumo, serve como um caso importante para se pensar o desafio de equilibrar as exigências contraditórias da produção local e do mercado consumidor de orgânicos.

2.5.2 Proximidade relacional

Dentro da perspectiva de um arranjo agroalimentar que gere proximidade relacional, apontamos que na maior parte (9 de 10) dos casos investigados as CC são as únicas intermediárias entre produção e consumo. Consideramos que os casos em que havia atuação de organizações dos agricultores familiares (Coomafitt–GiraSol; Cooptram–GiraSol) ou vinculadas a Rede Ecovida (Agroindústria Alimentar–Coopet) na transação comercial, havia proximidade relacional entre produção e consumo. Identificamos que elementos de cooperação e confiança entre os gestores e agricultores estavam presentes nesses casos,

devido à imersão dos ‘intermediários’ (CC, cooperativas de produção ou agroindústrias) nas relações sociais das organizações dos agricultores.

Autores como Marsden *et al.* (2000) falam que na proximidade relacional o importante é engendrar alguma forma de conexão entre agricultor e consumidor. Ainda, visto que na venda indireta, a figura do intermediário pode ser realizada por supermercados ou lojas de orgânicos (podendo estar inclusa a riqueza informacional), muitas vezes em transações desprovidas de relações justas entre os atores, é importante que existam relações de confiança e cooperação entre os envolvidos para além da relação direta com o produtor (DAROLT *et al.*, 2016). Murdoch *et al.* (2000) interpretam essa proximidade como *embeddedness* ou enraizamento das relações sociais e defendem o papel delas no fortalecimento dos valores comunitários, de justiça e segurança alimentar. A partir desse ponto de vista, o conceito de proximidade relacional está ligado à cooperação, podendo ela permitir um distanciamento geográfico um pouco maior, de forma compensatória.

Desde o ponto de vista da ação cidadã, as cooperativas mostraram-se como espaços que permitem novas formas de cidadania e ação social mobilizadas coletivamente pelos gestores, agricultores e suas organizações em torno do abastecimento. As diversas práticas coletivas identificadas foram efetivadas a partir dos gestores e a partir da relação que estabeleciam com as organizações dos agricultores, na maioria das vezes gerando ações articuladas com o envolvimento de diversos atores (agricultores, organizações de agricultores e redes integradas, ONG, OSCIP, universidades).

Do ponto de vista da produção, as cooperativas se mostraram como ferramentas relevantes para apoiar a organização produtiva, comercial e logística dos grupos nos territórios. Notamos que em ambos os casos, havia a preocupação dos gestores em gerar maior autonomia para os grupos de agricultores na relação com os mercados. Na perspectiva do desenvolvimento dos territórios locais, trazemos para a análise os exemplos mais relevantes das práticas cidadãs identificadas em cada uma das CC estudadas, que geraram impacto na organização dos agricultores.

No caso da Coopet: (a) houve o suporte por meio de reuniões e encontros em torno da criação de uma cooperativa de produção que pudesse auxiliar os agricultores nas vendas institucionais, a Econativa (fundada em 2005), sendo que a sede da cooperativa de produção manteve-se por um período no espaço da CC, de forma compartilhada; (b) uma agricultora da Rede Ecovida relatou que a estruturação de uma agroindústria artesanal na propriedade e a venda local foi possível devido ao apoio na comercialização dos produtos (sem certificação)

desde a origem da Coopet, que ainda é mantida por meio de relações de confiança que permitem verificar a procedência do alimento (visitas nas propriedades e participação dos agricultores no quadro social da CC); (c) a Coopet realizou reuniões de planejamento de produção junto aos agricultores e há uma escala de abastecimento conforme a necessidade dos grupos locais que compõem Núcleo Litoral Solidário da Rede Ecovida; (d) ela também dá suporte na compra de produtos de agricultores que ingressam no ramo de orgânicos, atuando no fortalecimento dos grupos novos do Núcleo e no processo de transição agroecológica.

A ação coordenada entre Coopet, Ecotorres (Coop de consumo), Econativa, ACERT e ONG Centro Ecológico foi central para que houvesse uma relação de confiança entre os atores locais, pois o conjunto permitiu a organização produtiva e comercial dos agricultores. Notamos que essa relação foi importante para a permanência na propriedade e o estímulo à produção agroecológica. A fala de um agricultor que retornou para a propriedade rural e realizou a transição com apoio dos atores mencionados ilustra bem essa questão:

“A Coopet foi fundamental no começo, por que fora a feira só tinha a Coopet. Hoje muitas famílias dependem dela, que não fazem feira. Muitas famílias se organizaram de forma a estruturar a agroindústria, assim conseguiram se estabilizar de forma mais organizada. A Agroindústria Morro Azul, por exemplo, também pega de outros agricultores, então beneficia de vários, tem açaí Jussara e outros. Tudo isso vai se agregando. Para mim, a Coopet é uma das fontes de comercialização. Tem umas 4 ou 5 famílias que também entregam bastante coisa e os outros que já estão bem estruturados e entregam menos coisas. E tem alguns novos também. No ano retrasado, por exemplo, começou o grupo da Jurema que produz hortaliças e o meu grupo mesmo não faz muito que começou, foi em 2016 depois que largamos o fumo e começamos a entregar na Econativa e depois na Coopet. A gente se organiza para ir entregando quem precisa mais.” (Agricultor Familiar Coopet 02)

O diálogo entre a Coopet e os agricultores é constante e importante para a organização da produção local, o incentivo à produção agroecológica e relações solidárias entre os atores, contribuindo para a construção de um abastecimento alimentar coletivo e territorialmente localizado, em que há o diálogo direto com os agricultores nos processos comerciais.

“Eles pegam um pouco de cada família para viabilizar que aquela família continue produzindo né. Como a gente tem a feira e tem mercado consolidado, a gente deixa para eles. A gente tem umas conversas assim, é um acordo que a gente tem entre o pessoal.” (Agricultor Familiar Coopet 01)

Em alguns casos é privilegiada a transação comercial direta entre Coopet e agricultores para evitar preços altos ao consumidor final.

“A gente não entrega pra Coopet pela Econativa por que fica muito caro para o consumidor, por que ai tem dois que ganham ali no meio. Então fizemos esse acordo de entregar direto e organizar entre quem precisa mais.” (Agricultor Familiar Coopet 02)

Nesse cenário a Coopet atua como um agente mediador, junto a uma complexidade de organizações dos agricultores e instituição de apoio (ONG Centro Ecológico), no incentivo a formação de novos grupos, no avanço nas unidades produtivas e na formação de novas práticas coletivas e aprendizados entre os atores. Assim, a proximidade relacional e a proximidade geográfica mostram-se centrais para a Coopet, pois muitas das redes de relações estabelecidas são fortalecidas pelo senso de comunidade entre consumidores sócios, gestores e agricultores que frequentemente se visitam, participam de celebrações comunitárias e fortalecem os vínculos entre as famílias de produtores e consumidores sócios.

“A gente sempre teve junto né, desde antes da Coopet a gente já fazia os encontros da igreja e conhecia o pessoal. [...] Tem gente que é de toda a vida né. Outros a gente foi se conhecendo melhor e de vez em quando tem as jantas com os sócios, faz tempo agora que não teve mais com a pandemia. Mas a gente conhece a maioria.” (Agricultor Familiar Coopet 03)

No que se refere à GiraSol, a principal forma de aproximação é entre gestores das cooperativas (de consumo e de produção), sendo que a proximidade relacional (face a face) é reduzida quando comparada à Coopet. A CC realiza uma ‘intermediação’ que por vezes gera alguns afastamentos entre agricultores e consumidores. Ao articular a recepção de alimentos pelo Centro de Distribuição, que fica em local distinto da loja da GiraSol, os encontros face a face são reduzidos nas dinâmicas de entrega semanais. Porém, criam-se outras ferramentas relevantes para o *scaling up* da produção agroecológica e o acesso aos mercados, ou seja, criam-se estratégias coletivas com a participação dos gestores que permitem gerar escala na produção e consumo dos alimentos, em dinâmicas benéficas para as pessoas e o meio ambiente (ROSSET; ALTIERI, 2018). O diálogo com os gestores das cooperativas de produção mostra-se potente na articulação dos grupos de agricultores para gerar escala por meio da coletividade e permite construir estratégias para a ampliação da produção e abastecimento dos alimentos.

Ainda assim, ocorrem espaços de trocas em que se efetivam outras formas de aproximação relacional entre os gestores da GiraSol e agricultores: (a) reuniões realizadas entre gestores da GiraSol, agricultores e gestores das cooperativas de produção; (b) oficinas promovidas pela GiraSol no escopo da rede RESF (Rede de Economia Solidária e Feminista) para o fortalecimento das mulheres agricultoras das cooperativas de produção; (c) visitas dos

gestores da GiraSol nas unidades produtivas; e (d) produção de textos e vídeos sobre as unidades produtivas, no caso da COOMAFITT. Neste caso, a aproximação direta com os agricultores permite trocas como o planejamento de produção e a construção de inovações que sejam benéficas para ambas as cooperativas, consumidores e produtores.

Nesse sentido, houve uma série de ações voltadas para a estruturação produtiva e logística de 05 organizações coletivas da agricultura familiar a partir do projeto ONU/Mulheres em que a GiraSol foi proponente, em parceria com a OSCIP Guayí. As ações incluíram a aquisição de câmara fria (COOMAFITT), classificadora de sementes e embaladora à vácuo (APECOL – Associação de Produtores Ecológicos Conquista da Liberdade de Piratini/RS) e estruturação de ponto comercial (COOPTRAM) para alguns grupos da agricultura familiar menos estruturados e outros mais estruturados, mas que já possuíam uma relação de longa data com a rede de cooperativas do RS, a RedeCoope com a rede RESF Nacional, das quais a GiraSol faz parte. Além da estrutura logística, alguns grupos também receberam apoio por meio de oficinas voltadas para o fortalecimento e protagonismo das mulheres rurais nas organizações. Um exemplo que ilustra bem esse apoio é o da COOPTRAM, que apresentava problemas tanto nas condições produtivas dos alimentos quanto na logística, o que inviabilizava as entregas para a GiraSol. A partir daí, a GiraSol destinou os recursos do projeto para apoiar a estruturação de um Armazém e Ponto de Cultura no município de Mostardas, com o objetivo de incentivar a estruturação da cooperativa e a transição agroecológica pelas produtoras quilombolas por meio da venda local.

Outra ação social relevante dos gestores da GiraSol foi realizada durante a pandemia, em que os gestores compartilharam a gestão da plataforma de vendas por e-commerce da GiraSol com a COOMAFITT, criando uma alternativa de abastecimento no litoral para a cooperativa em um período de dificuldades na comercialização local. Esse projeto foi intitulado Projeto Verão – FITT Delivery e é uma parceria de comercialização entre ambas as cooperativas, realizada por meio da venda conjunta pela internet no litoral do estado.

Esses elementos de cooperação e reciprocidades entre os gestores, agricultores e suas organizações permitiu uma série de trocas de conhecimento, dinâmicas solidárias e inovações, em que a articulação em rede potencializou a atuação da GiraSol como uma mediadora de processos de inclusão dos grupos de agricultores. Desse modo, a CC mostrou-se como um espaço econômico que, além de permitir o abastecimento dos alimentos de qualidade superior em lógicas diferentes das convencionais, ampliou o escopo de ação ao incentivar os grupos e

organizações sociais ligados aos agricultores a criar novas estratégias para solucionar as crises de abastecimento e de acesso produtivo que o Estado não é efetivo em solucionar.

Esses elementos potencializaram as organizações de agricultores em diversos aspectos, porém muitas vezes esbarraram em questões estruturais. Nesse ponto, ressurgiu o caso da COOPTRAM, que apesar do incentivo por meio da garantia de compra e do novo ponto comercial, enfrenta historicamente desafios de acesso à terra que até hoje repercutem em aspectos produtivos e no processo de transição agroecológica.

Em síntese, ambas as CC permitem aos gestores a ativação da cidadania em torno do alimento em maior ou menor grau conforme o tipo de proximidade relacional que articulam: no caso da Coopet, destacam-se as interações entre sócios e famílias de agricultores e, no caso da GiraSol, entre gestores da CC e gestores das organizações de agricultores. Dessa forma os atores realizam ações sociais para o fortalecimento das relações com os agricultores, suas organizações e redes integradas, potencializando processos de inovação e inclusão econômica.

2.5.3 Proximidade informacional

As cooperativas de consumo desempenham papéis importantes em comunicar os atributos de qualidade que envolvem o alimento orgânico e agroecológico, permitindo um abastecimento carregado de informação para o consumidor final.

No que se refere à proximidade informacional, esta se deu, inicialmente, em função da certificação através de Sistemas Participativos de Garantia, SPGs (via Rede Ecovida de Agroecologia, Coceargs– Cooperativa Central dos Assentamento do RS, OPAC Litoral Norte do RS, dentre outros Organismos Participativos de Avaliação da Conformidade Orgânica – OPAC) e, no cotidiano, principalmente através do diálogo entre funcionários das lojas e consumidor final. As cooperativas comunicam esses atributos aos consumidores finais buscando gerar confiança, seja pela rastreabilidade dos alimentos, utilização de selos de qualidade (aqui tem produtos OrgânicoBrasil; Agricultura Familiar; Economia Solidária e Feminista; produtos da Reforma Agrária), indicação de conformidade orgânica, ou mesmo textos e materiais de divulgação sobre as formas de produção do alimento e sobre projetos que envolvem as redes de agricultores. Também, no caminho inverso, comunicam aos agricultores atributos de qualidade buscados pelos consumidores, auxiliam a orientar processos ligados ao planejamento de produção e atuam como um “elo confiável” entre a produção e consumo.

A ponte entre agricultores e consumidores finais é um papel relevante das cooperativas de consumo, que permite a identificação dos padrões de consumo e o consequente aprimoramento da oferta. Devido à relação de confiança estabelecida, os gestores e funcionários realizam a leitura do mercado consumidor e repassam aos produtores, assim como buscam formas de comunicar essa relação de proximidade ao consumidor final.

No caso da GiraSol, a proximidade informacional mostra-se como central para a aproximação campo-cidade frente ao maior distanciamento geográfico e relacional entre produtores e consumidores, quando em comparação à Coopet. Dessa forma a CC investe na comunicação via redes sociais e na produção de conteúdo audiovisual, onde são destacados os nomes das famílias de agricultores, suas trajetórias e imagem. Assim, há um fortalecimento do vínculo produção-consumo entre consumidores e produtores, ainda que muitas vezes não se encontrem presencialmente na GiraSol, sendo devidamente informados sobre os atributos de qualidade do alimento agroecológico e as externalidades positivas da produção agrícola familiar. Por outro lado, a Coopet possui ação reduzida no sentido de redes sociais e comunicação para públicos mais distantes relacional e fisicamente, pois possui uma rede de relações baseada nas curtas distâncias e relações face-a-face no nível de comunidade que garantem que a informação chegue ao consumidor.

Analisar as cooperativas de consumo como experiências de coletividade entre campo e cidade, que geram diferentes tipos e graus de proximidades (Quadro 3) entre produção e consumo em torno do acesso aos alimentos agroecológicos, contribui para a reflexão sobre modelos de produção-consumo e abastecimento que sejam baseados em soberania, justiça e democracia alimentar.

Quadro 3 Proximidades das cooperativas de consumo estudadas com as organizações de agricultores.

Tipos de proximidade Coopet	Agroindústria Alimentar	Cooperativa AECIA	Grupo Sal da Terra	Núcleo Raposa da ACERT	Núcleo Três Passos da ACERT
Geográfica (km)	14	217	103	11	5
Relacional	AF-AGROIND-CC-CF	AF-CC-CF	AF-CC-CF	AF-CC-CF	AF-CC-CF
Informacional	Certificação Participativa Ecovida	Certificação Participativa Ecovida	Certificação Participativa Ecovida	Certificação Participativa Ecovida	Certificação Participativa Ecovida
Tipos de proximidade GiraSol	Cooperativa COOMAFITT	Grupo Ecológico Mãos na Terra	Grupo de agricultores Assentamento Filhos de Sepé	Agroindústria e Distribuidora Henz Orgânicos*	Cooperativa COOPTRAM
Geográfica (km)	145	289	20	a) 62 (produção do agricultor)	200

				b) >1000 (alimentos de distribuição)	
Relacional	AF-CP-CC-CF	GAF-CC-CF	GAF-CC-CF	a) AF-CC-Cons; b) AF- Atravessadores (SP,PR) –AFD-CC- CF	AF-CP-CC-CF
Informacional	a) Certificação Participativa Ecovida e OPAC b) Vídeos e materiais informativos sobre a CP produzidos pela GiraSol para as redes sociais	Certificação Participativa Ecovida	Certificação Participativa Coceargs	Certificação Participativa Ecovida e auditoria	Textos e informativos sobre a CP produzidos pela GiraSol para as redes sociais

*Agroindústria e Distribuidora Henz Orgânicos comercializa produtos de longas distâncias pela Rede Ecovida (ex. São Paulo, Paraná), além da própria produção.

AF – Agricultor Familiar; GAF – Grupo de Agricultores Familiares; AFD – Agricultor Familiar Distribuidor; AGROIND – Agroindústria; CP – Cooperativa de Produção; CC – Cooperativa de Consumo; CF – Consumidor Final;

Fonte: Elaboração própria (2021).

2.5.4 A relevância da organização do consumo para o elo da produção

As CC se tornaram um dos principais canais de comercialização para alguns dos produtores entrevistados – ainda que a maioria deles utilize simultaneamente mais de um canal, destacadamente e em ordem de prioridade: 1) Feiras do produtor; 2) Mercados institucionais (Programa de Aquisição de Alimentos e o Programa Nacional de Alimentação Escolar) e, mais recentemente; 3) Cestas em domicílio. Percebemos ainda alguns casos de vendas nas propriedades, em pontos de venda de agricultores, lojas especializadas e vendas em rede via circuito de comercialização (caso da Rede Ecovida).

Notamos a centralidade dos CCC na renda dos agricultores familiares, por aumentarem o ganho dos agricultores, tanto na conformação da venda indireta via CC, quanto na complementação com a venda direta dos alimentos via feiras, que ocorria na maioria dos casos (DAROLT *et al.*, 2016). Em dois casos os produtores também optavam por utilizar canais longos – no caso da agroindústria familiar e distribuidora e da agroindústria mais estruturada que faz parte da Ecovida. Em um terceiro caso, a cooperativa menos estruturada e não certificada, COOPTRAM – Cooperativa dos Povos Tradicionais de Mostardas, recorria à venda ocasional para intermediários oportunistas, devido à dificuldade na logística de escoamento dos produtos que não eram vendidos nos mercados locais.

Entendemos a relevância das cooperativas de consumo como espaços econômicos que possibilitam acesso a um mercado estável e seguro para os produtores, e de acesso a alimentos orgânicos diversificados a preços justos aos consumidores. Quando questionados sobre a segurança dos mercados, 4 de 5 produtores entrevistados indicaram as feiras e as cooperativas de consumo como as mais seguras, além de complementares. Ambas geram uma relação de confiança e o contato direto ou indireto com o consumidor final, e assim permitem maior remuneração para os produtores e menores preços para os consumidores, conforme destacou a agricultora entrevistada:

“Na feira já criamos vínculo com o consumidor e a venda é direta é a melhor opção. Não tendo essa opção ou querendo complementar, as cooperativas são a melhor alternativa. [...] Quando é uma CC a gente tira a terceira figurinha né, então é só o agricultor, a cooperativa e o consumidor. Eles só colocam o valor de manutenção que é um valor aparentemente baixo, mas se comparado com a feira nem teríamos esse desconto.” (Organização AF Coopet 01)

Ainda assim, dentre as opções de comercialização, a facilidade da entrega na cooperativa é um fator relevante, já que as dinâmicas comerciais ficam a cargo dos gestores e funcionários.

“Acho que é um conjunto né, só a feira também é pouco, tem que acrescentar com a cooperativa. Se fosse só a cooperativa era bom por que é menos cansativo, a feira é bem mais cansativa. Mas só a cooperativa não é suficiente para escoar tudo que a gente produz.” (Agricultor Familiar Coopet 03)

A partir daí e conforme o perfil identificado por Darolt *et al.*(2016) para os agricultores que abastecem CCC, a maioria opta pela diversificação da produção e dos espaços de comercialização.

No entanto, ainda que os agricultores utilizassem diversos canais de comercialização, durante a pandemia houve o fechamento temporário de algumas feiras e as cooperativas de consumo representaram uma alternativa importante para escoamento da produção. De acordo com a técnica da instituição de apoio Centro Ecológico:

“Hoje em dia os agricultores têm pontos de venda bem diversificados, feira, etc. Mas no início da pandemia a feira ecológica estava fechada, agora mesmo fechou de novo. Algumas famílias falaram que a sorte era ter a Ecotorres para fornecer os produtos por que a feira não estava funcionando. [...] Toda a questão das verduras, muitos alimentos que só dava para escoar direto para o consumidor iam também para a Coopet.”. (Instituição de Apoio Coopet 01)

Também no caso da GiraSol, o aumento da demanda no e-commerce, potencializada pela pandemia, significou ampliar a rede de fornecedores e apoiar outras famílias agricultoras.

Um dos agricultores de um grupo beneficiado relatou que o grupo passou a optar pelo fornecimento para a CC, ao invés da realização da feira:

“Não estamos mais fazendo a feira, por que temos dois *deliveries*, mais mercados, GiraSol e alguma venda para escola. A feira tinha muito movimento só que era cansativo por que 02:30h da manhã tinha que ta de pé, ia até 15–16 horas da tarde. Vai lá e monta as barracas 3x6, descarrega 3 mesas. E os mais velhos não vão mais né. [...] Agora a GiraSol corresponde a 40% das vendas. A pandemia foi um susto[...], mas daí a entrega ali pra GiraSol nesse momento de turbulência, eles deram a mão aqui pra nós. Se não fosse por eles não sei se conseguiríamos manter a nossa produção do jeito que tava. [...] E nós também fomos importantes pra eles, por que tem muito produto nosso na quantidade e constância que nós temos que é difícil de encontrar.” (Agricultor Familiar Girasol 04)

Percebemos que as cooperativas são um canal relevante, pois além de complementarem outros mercados e tornarem-se centrais na renda de alguns agricultores, possibilitam o escoamento e consumo da diversidade da produção agroecológica local e regional. A venda em horário comercial e a diversidade de produtos ofertados aos consumidores permitem diminuir prejuízos e desperdício de alimentos que não seriam comercializados pelos agricultores em outros canais. O consumidor tem à disposição um maior tempo para a aquisição e acessa produtos de diferentes grupos de agricultores, o que permite adquirir uma variedade de produtos conforme sazonalidade e aptidão produtiva de cada agricultor. Nesse sentido também é relevante, no caso da GiraSol, o espaço destinado para o café, que além de ser um espaço sociocultural e de integração, capta das gôndolas

o que está apto para o consumo e não para a venda (por motivos de aparência dos produtos), realizando o aproveitamento de frutas, legumes e verduras. Assim, as cooperativas estudadas tornam-se um canal fundamental para quem produz alimentos diversificados.

“A Coopet é fundamental para esses agricultores que não têm como carro chefe a banana, por que eles têm um volume grande de produção para achar mercado. Essas hortaliças de produção diversa têm como fundamental a feira e a Coopet.”(Fornecedor AF Coopet 05)

O mesmo é relatado pela cooperativa de produção COOMAFITT, que escoar na GiraSol a maior parte da produção de hortifruti orgânicos, o que resultou na diversificação da produção dos agricultores:

“A GiraSol, ela tem uma grande diversidade de produtos, então quando a COOMAFITT começou, geralmente o produtor ele produzia no máximo 1 ou 3 tipos de produtos. E com isso é vendido em menor quantidade, mas há uma maior variedade. Então os agricultores viram esse ponto de vista de aumentar o seu leque de produtos.”(Agricultor Familiar GiraSol 01)

O aspecto da diversidade também foi relatado como um incentivo importante para valorização das mulheres na COOMAFITT, nesse caso responsáveis pelo plantio da ‘horta’ e das Plantas Alimentícias Não Convencionais (PANC): “essa diversidade de produtos é feita praticamente por mulheres, então a gente consegue aproximar elas ainda mais da cooperativa, que também são do meio rural e se sentem mais importantes”. (Agricultor Familiar GiraSol 01). Na perspectiva agroecológica, a diversidade produtiva e comercial é central para a sustentabilidade do agroecossistema (ROVER; RIEPE, 2015). Conforme a análise de Pugas e Rover (2021) para as três capitais do Sul do Brasil, os agricultores orgânicos produzem em sistemas produtivos diversificados e os canais comerciais mais curtos favorecem essa diversificação.

As cooperativas também mostraram-se como espaços que estimulam a autonomia dos agricultores na definição dos preços, partindo da consciência coletiva de que são experiências solidárias que objetivam manter preços justos também ao consumidor final. Todos os agricultores consideraram justa a remuneração pelas cooperativas, relatando preços iguais ou similares às feiras que frequentavam, onde a venda direta permitia maiores ganhos. Os entrevistados também relataram propor os preços às cooperativas com base nos preços das feiras e que, para evitar preços elevados ao consumidor final, dialogavam com os gestores e realizavam os ajustes necessários. Em dois casos, os produtores optavam por vender para a cooperativa a preços um pouco abaixo daqueles praticados nas feiras, para viabilizar preços justos para o consumidor final e ainda assim manter uma remuneração justa, como descreveu um agricultor fornecedor e sócio da Coopet:

“O preço a gente vê o padrão e fala pra eles. Se eles acham muito caro a gente negocia, mas geralmente não tem dado esse embate por que a gente faz dentro daquela proposta de fazer preço melhor do que na feira, faz um abate bom. [...] Não vamos só privilegiar o agricultor e prejudicar o consumidor, tem que ter um balanceamento para ter os dois beneficiados”. (Agricultor Familiar Coopet 02)

Cria-se assim um espaço de comercialização seguro que possibilita o escoamento da produção diversa dos agricultores, a preços justos, assim como o consumo desses alimentos frescos, saudáveis e diversificados pelos consumidores.

2.6 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo demonstra que as CC estudadas são importantes para a valorização da agricultura familiar agroecológica, pois elas constituem recortes espaciais, relacionais e informacionais de proximidade entre a produção e o consumo, incorporando elementos centrais dos CCC (qualidade, confiança e proximidade).

Ambas as CC promoveram os três tipos de proximidades associados aos CCC (geográfica, relacional e informacional), variando quanto à graduação e centralidade conforme contextos e estratégias priorizadas para o abastecimento. A Coopet destacou-se por articular forte proximidade geográfica e relacional entre famílias de agricultores e consumidores sócios, devido aos vínculos comunitários que são fortalecidos no contexto de ruralidade em que se insere. Nesse caso, houve menor destaque para as estratégias de comunicação pelas redes sociais, ainda que existentes, pois a aproximação relacional e as distâncias encurtadas possibilitavam que a informação sobre os atributos de qualidade da produção chegassem ao consumidor.

A GiraSol, por outro lado, destacou-se por articular principalmente a proximidade informacional em um contexto urbano e metropolitano. Identificamos forte atuação nas redes sociais e elaboração de materiais audiovisuais que informavam as externalidades positivas da produção agrícola familiar, compensando menor proximidade geográfica e relacional. Ainda que importantes, os elementos geográfico e relacional mostraram-se menos centrais para a GiraSol, sendo por vezes estabelecido o abastecimento espacialmente estendido e uma relação entre gestores da CC e das organizações da agricultura familiar. Apesar de articular menor proximidade relacional quando comparada com a Coopet, a GiraSol mostrou-se efetiva em criar parcerias entre gestores da produção e consumo, realizando ações em rede que potencializaram as organizações de agricultores e ampliaram o acesso aos alimentos orgânicos aos consumidores. Em suma, ambas as CC mostraram-se como espaços férteis para a geração de ações cidadãs que potencializam a agricultura familiar agroecológica e ampliam o abastecimento dos alimentos orgânicos.

As análises permitem indicar que as cooperativas geraram alguns afastamentos entre produtores e consumidores na intermediação. Exemplos de afastamentos foram a falta de contato direto entre produtores e consumidores finais, no caso da GiraSol, estando este vinculado aos gestores das cooperativas de consumo e gestores do elo da produção. Da mesma forma, apesar de historicamente ocorrerem encontros entre produtores e consumidores finais na Coopet, notamos certa acomodação por parte dos envolvidos e a redução desses encontros, principalmente devido ao período de pandemia e o contentamento com as

dinâmicas já estabelecidas para o abastecimento. Porém, na maioria dos casos investigados predominou algum tipo de proximidade e foi notada a predominância de relações de cooperação em espaços econômicos mais autônomos e justos para os produtores, assim como mecanismos de credibilidade, confiança e preços justos a consumidores e produtores.

As CC estudadas mostraram-se como espaços de comercialização seguros que possibilitam o escoamento da produção diversa dos agricultores a preços justos, assim como o consumo desses alimentos frescos, saudáveis e diversificados pelos consumidores. Na perspectiva da agroecologia, essas são características comerciais importantes que fortalecem sistemas produtivos baseados na sócio-agro-biodiversidade dos agroecossistemas locais e regionais.

As CC foram um dos principais canais de comercialização para alguns dos produtores entrevistados, ainda que a maioria deles utilizasse canais complementares. A facilidade de entrega para as CC foi uma das principais características destacadas pelos agricultores, pois a intermediação eliminou algumas atividades que, em cadeias curtas, usualmente recaem sobre os agricultores e podem gerar sobrecarga (venda, estoque, listas de produtos) no processo de produção e abastecimento dos alimentos. As CC também geraram a autonomia dos agricultores na indicação dos preços, - frequentemente comparados aos ganhos na venda direta - partindo da consciência coletiva de que são experiências solidárias que objetivam manter preços justos também ao consumidor final.

Esses elementos mostram que a proximidade geográfica não elimina a necessidade de intermediação entre agricultor e consumidor final, pois esse papel realizado pelas CC auxilia os agricultores a manterem a atenção voltada para a manutenção do sistema produtivo agroecológico e sustentável. Nesse sentido, as CC contribuem com a iniciativa de organizar o mercado, viabilizar a comercialização para um número maior de produtores e consumidores, além de comunicar os atributos de qualidade do alimento para o consumidor final, que acessa os alimentos orgânicos em quantidade, qualidade e regularidade suficiente.

Identificamos que os objetivos das cooperativas de consumo foram além de satisfazer as necessidades dos consumidores. As suas estratégias com relação ao acesso aos alimentos saudáveis operam majoritariamente conforme os CCC que, assim como observado por Darolt (2016), mostraram-se nutridos a partir de: (a) garantia de produtos com qualidade agroecológica (agrobiodiversidade e localidade); (b) mecanismos de credibilidade e confiança pela organização social e participação coletiva; e (c) maior proximidade entre agricultor e consumidor. Esses elementos permitiram aos agricultores o aprimoramento do abastecimento

de orgânicos, incluíram novos agricultores nos mercados e na maioria dos casos, diminuíram as intermediações que reduziram os ganhos dos produtores.

Apontamos a necessidade de pesquisas futuras para investigar o quadro social das cooperativas e os consumidores finais, verificando trajetórias e percepções dos atores e em que medida as estratégias voltadas a promover proximidades, confiança e qualidade geram de fato maior fidelização dos consumidores finais.

3 ARTIGO 2: CIDADANIA AGROALIMENTAR EM REDE: DUAS COOPERATIVAS DE CONSUMO (CC) DE ALIMENTOS ORGÂNICOS NO RIO GRANDE DO SUL

3.1 INTRODUÇÃO

As cadeias longas e globais muitas vezes afastam produtores e consumidores de alimentos, pois atuam inúmeros intermediários nas dinâmicas comerciais que reduzem ganhos dos agricultores (PLOEG, 2008) e elitizam o acesso aos alimentos orgânicos (GUIVANT, 2003). Nesse processo há pouca participação e envolvimento de produtores e consumidores nas escolhas relativas ao abastecimento, pois estes ficam vinculados a diversos atravessadores que concentram a gestão e processos decisórios do agroalimentar. Os agricultores familiares precisam desenvolver outras formas de intermediação dos mercados que formulem iniciativas mais autônomas e capacidades próprias, para que junto de consumidores, movimentos sociais, suas organizações e redes (WILKINSON, 2008), possam participar ativamente, com mais poder de decisão e retorno econômico (GELBECKE *et al.*, 2018).

A necessidade de maior participação e autonomia nos mercados por parte dos agricultores é concomitante à maior procura por alimentos saudáveis e de origem conhecida por parte dos consumidores (ORGANIS, 2019). Frente aos escândalos agroalimentares recentes associados às cadeias globais (*Escherichia coli*, gripe aviária, contaminação por agrotóxicos, encefalopatia espongiforme bovina (EEB) ou doença da vaca louca) e o fato de o Brasil ter se tornado o maior consumidor de agrotóxicos no mundo, a partir de 2008 (BOMBARDI, 2017), muitos consumidores passam por uma crise de confiança relativa ao agroalimentar (RENTING *et al.*, 2012). Isso contribui para a busca por alternativas para acesso a alimentos mais saudáveis, em um processo de virada para a qualidade (GOODMAN, 2003). Entretanto, devido à elevada demanda e a existência de muitos intermediários, os preços ainda são a principal barreira para o consumo de alimentos orgânicos (ORGANIS, 2019).

Diversas alternativas de abastecimento são expressas nos chamados circuitos curtos de comercialização (CCC), onde há uma função importante de trocas entre os atores envolvidos na produção, abastecimento e consumo dos alimentos, destacando o potencial para a cooperação e interconexão entre produtores, consumidores e instituições em redes para o fortalecimento de mercados agroecológicos (ESCOSTEGUY, 2019; LOCONTO *et al.*, 2018;

MIRANDA, 2020; SOUZA *et al.*, 2021). Esses espaços de abastecimento, em que ocorre maior proximidade entre consumidores e agricultores, com base em relações de confiança, podem indicar caminhos para o redesenho de sistemas agroalimentares locais e regionais, mais sustentáveis em termos socioambientais e econômicos.

Muitos agricultores familiares agroecológicos (AFA) têm se mobilizado para a formação de redes alternativas agroalimentares (RAA) ou redes de cidadania agroalimentar (RCA) (RENTING *et al.*, 2012), que permitem enfrentar os mercados excludentes e seletivos (WILKINSON, 2008; ROVER; LAMPA, 2013) por meio da gestão e governança alimentar. Essas redes geram a aproximação entre produção, consumo e a diversidade de atores sociais dos territórios com eles envolvidos, e possibilitam a criação de novas formas de organização em processos cooperativos e associativos (ROVER; DAROLT, 2021). No escopo das RCA, ampliam-se as possibilidades de construção coletiva entre os atores, com maior destaque para a possibilidade de exercício da cidadania de consumidores, produtores e sociedade civil, no intuito de promover maior democratização do acesso aos alimentos orgânicos e/ou agroecológicos, e a soberania alimentar (RENTING *et al.*, 2012). Nesse contexto, há o potencial de interações entre consumidores, agricultores, organizações e instituições, que criem novos processos organizativos e permitam uma apropriação cidadã (O'HARA; COLEMAN, 2017) pelos AFA no abastecimento e democracia participativa (SANTOS, 2002), contribuindo para gerar transformações no sistema agroalimentar, com vistas à sustentabilidade econômica e socioambiental.

Neste estudo entendemos a apropriação cidadã pelos AFA nas dinâmicas comerciais em redes como o processo em que os agricultores podem ser sujeitos ativos da construção de alternativas de abastecimento alimentar junto aos consumidores, mobilizando a participação social e diversas ações coletivas que podem incidir em um contexto social mais amplo. Isso pode contribuir com a mobilização de grupos e atores sociais envolvidos para a criação de práticas cidadãs de comercialização, ou seja, dinâmicas comerciais que podem inserir os agricultores familiares de forma mais autônoma e justa nos mercados, e ampliar o acesso dos consumidores aos alimentos orgânicos, indo muitas vezes além de aspectos mercantis.

A partir da noção de RCA anteriormente exposta, identificamos redes em formação nos dois territórios aqui estudados, das quais participam as duas cooperativas de consumo (CC) que se articulam em torno do abastecimento de alimentos orgânicos (objetos deste estudo), organizações cooperativas e associativas de produção, redes da agricultura familiar e

economia solidária, ONGs em cada território, além de movimentos sociais, sindicatos e universidades.

Esse artigo está centrado no estudo de duas CC de alimentos orgânicos em sua construção social de mercados, envolvendo consumidores e agricultores. Ele objetiva analisar como nesses contextos são geradas práticas cidadãs de comercialização e dinâmicas de apropriação cidadã pelos AFA em redes de cidadania agroalimentar. A primeira CC é a Coopet – Cooperativa de Consumidores de Produtos Ecológicos de Três Cachoeiras/RS e a segunda a GiraSol – Cooperativa de Comércio Justo e Consciente, localizada em Porto Alegre/RS. Ambas são organizações socioeconômicas que propõem maior envolvimento da sociedade civil na construção do abastecimento alimentar, com destaque para a possibilidade de maior participação do elo do consumo nos processos envolvidos e a maior valorização da agricultura familiar agroecológica.

O artigo está dividido em cinco partes, além desta introdução. Na próxima seção, apresentaremos o referencial teórico em torno das RCA e da apropriação cidadã pela AFA nas dinâmicas comerciais. Em seguida apresentaremos a metodologia utilizada na pesquisa. Posteriormente, apresentaremos a trajetória dos atores sociais envolvidos, o contexto socioorganizativo em que se inserem e as RCA que se consolidam em torno das CC. Evidenciaremos a emergência de dinâmicas comerciais nas redes a partir das CC que foram apropriadas pelos AFA. Na continuação analisaremos a emergência de práticas cidadãs de comercialização que inserem os AFA de forma mais autônoma e justa nos mercados e ampliam o acesso aos alimentos orgânicos pelos consumidores. Por fim, trazemos algumas conclusões e considerações finais.

3.2 APROPRIAÇÃO CIDADÃ DE MERCADOS AGROALIMENTARES ATRAVÉS DA FORMAÇÃO DE REDES DE CIDADANIA AGROALIMENTAR

O termo redes alimentares alternativas é utilizado aqui como um termo amplo de análise acadêmica, que engloba iniciativas emergentes de mercados de produtores (as), consumidores (as) e outros atores, os quais incorporam alternativas contra-hegemônicas ao modo industrial mais padronizado de abastecimento alimentar (MURDOCH *et al.* 2000; RENTING *et al.* 2003; DAROLT *et al.* 2016). A partir de críticas à alternatividade dessas redes e com enfoque na gestão e governança alimentar, parte da literatura tem dado destaque para as chamadas *Civic Food Networks* (CFN) ou Redes de Cidadania Agroalimentar (RCA),

como uma evolução do conceito de redes alimentares alternativas (RENTING *et al.*, 2012). Uma das críticas às RAA é justamente a problemática da sua definição por meio da alternatividade, por não possuir conteúdo normativo claro, já que o conceito é definido em termos de sua distinção das redes de alimentos "convencionais" e por geralmente as delimitações entre alternativo e convencional serem dinâmicas ao longo do tempo (RENTING *et al.*, 2012). Nesse sentido, as RCA atuam como uma categoria 'híbrida' e complementar às redes alternativas, onde se evidencia o papel ativo e estruturante dos cidadãos na cadeia de abastecimento e se ampliam os debates relativos à cidadania, democracia e soberania alimentar (MONTIEL *et al.*; 2010; RENTING *et al.*, 2012, SONNINO; MARSDEN, 2006; ESCOSTEGUY, 2019; MIRANDA, 2020). As RCA destacam a necessidade de inclusão social e justiça na produção e consumo de alimentos, e pretendem garantir acesso (tanto físico quanto econômico) a alimentos sustentáveis para todas as pessoas, indivíduos e comunidades (CUCCO; FONTE, 2015).

Essas redes dão mais relevância ao papel da sociedade civil na governança de projetos agroalimentares, em comparação com os atores do mercado e do Estado, enfatizando que as expressões de cidadania alimentar (em inglês, *food citizenship*) são essenciais para compreender muitas dinâmicas e inovações sociais no sistema alimentar contemporâneo (RENTING *et al.*, 2012). Dessa forma, a cidadania alimentar, ou seja, as ações dos cidadãos relacionadas à alimentação, por meio das RCA, representam objetivos compartilhados no nível de comunidade (agricultores e consumidores) e incorporam modelos econômicos baseados na solidariedade e na responsabilidade pelo alimento como um bem comum e de direito (CUCCO; FONTE, 2015; RENTING *et al.*, 2012). Portanto, por meio da maior participação da sociedade civil nos sistemas alimentares e possibilidades de exercer a cidadania, essas redes poderiam representar uma construção coletiva (entre agricultores, consumidores e suas organizações e outros mediadores e/ou intermediários) de sistemas alimentares voltados para uma produção, abastecimento e consumo responsáveis⁶.

Exemplos dessas experiências são redes que articulam cooperativas de consumidores e produtores, redes de produtores como a Rede Ecovida de Agroecologia no Sul do Brasil, a *Association pour Le Maintien d'une Agriculture Paysanne* – AMAPsna França e a *Rete GAS*

⁶ Utilizamos o termo produção, abastecimento e consumo 'responsável', no sentido da promoção do acesso ao alimento orgânico e da inclusão produtiva e comercial da agricultura familiar agroecológica, considerando impactos econômicos e socioambientais para a construção de sistemas agroalimentares mais sustentáveis. Essa definição parte de um abastecimento alimentar que sensibilize e dinamize formas de cidadania em torno do alimento (RENTING *et al.*, 2012), sem eliminar as atribuições do Estado para a garantia da soberania e segurança alimentar e nutricional da população.

italiana, que articula inúmeros *Gruppi d'Acquisto Solidale*. Destacamos o caso da Rede Ecovida de Agroecologia, que atua no Sul do Brasil e envolve cerca de 4500 famílias agricultoras, distribuídas em 27 núcleos regionais, e trabalha com inúmeras formas de CCC desde a sua origem (SOUZA, 2008; REDE ECOVIDA, 2021). Rover e Lampa (2013) destacam que esta rede, alicerçada nos CCC, possibilita e prioriza relações de reciprocidade entre agricultores e consumidores, por meio da construção de relações que criam vínculos sociais mais amplos que os mercantis, diálogo com a economia solidária, mecanismos comerciais que promovem a diversidade produtiva e a valorização dos produtos locais/regionais da agricultura familiar.

A participação e a ação coletiva envolvendo consumidores na promoção de iniciativas de abastecimento alimentar são particularmente interessantes, pois representam o potencial em torno da criação de formas inovadoras de pensar e agir em relação aos alimentos, remodelando práticas e abordagens da produção ao consumo (ROSSI; BRUNORI, 2017; MIRANDA, 2020). A sociedade civil vivencia e percebe a crise confiança frente ao sistema agroalimentar e, a partir desse ímpeto inicial, entra de forma ativa em processos antes dominados pelos agentes do mercado e Estado.

Assim, nesse estudo consideramos as práticas cidadãos de comercialização essenciais para o desenvolvimento de um sistema alimentar sustentável, que vá além de trocas mercantis e perpassa pelo consumo responsável. A partir daí, se desenvolve um potencial de aprendizagem coletiva no sentido de que a inovação é compartilhada e se torna parte de um quadro comum, o que facilita e reforça os caminhos individuais dos consumidores, fortalece o peso das relações interpessoais e o sentido de comunidade entre consumidores e agricultores (BRUNORI *et al.*, 2012; ROSSI; BRUNORI, 2017).

Nesse contexto se destacam os circuitos curtos de comercialização (CCC), os quais são caracterizados pelo encurtamento das distâncias entre produtores e consumidores, em contraste com as longas cadeias de abastecimento predominantes. Os CCC são definidos como aqueles em que os produtos envolvidos são identificados e rastreáveis a um agricultor e o número de intermediários entre agricultor e consumidor são 'mínimos' ou idealmente nulos, apresentando a aproximação entre produção e consumo que pode ser: (a) proximidade espacial, por meio de aproximação geográfica, ou seja, a distância percorrida entre produtor e consumidor; (b) proximidade relacional, representada pelo número de intermediários entre os atores da cadeia; e (c) proximidade informacional, aquela em que as informações a respeito

dos produtos e das condições de produção é transmitida aos consumidores (DAROLT, 2013; KNEAFSEY *et al.*, 2013; MARSDEN *et al.*, 2000).

Os CCC representam novos espaços socioeconômicos para inserção autônoma dos agricultores familiares e suas organizações nos mercados, pois estão associados a empreendimentos que agregam valor aos produtos de qualidade da agricultura familiar e muitas vezes alicerçados em redes de cooperação (SCHNEIDER; FERRARI, 2015). Muitas iniciativas de mercados agroecológicos visam maior aproximação entre agricultores e consumidores por meio dos CCC e da estruturação de redes, visando maior segurança na compra e maior estabilidade, tanto para os agricultores quanto para os consumidores (DAROLT *et al.*, 2016; PREISS, 2017; ESCOSTEGUY, 2019). Algumas cooperativas de consumidores fazem parte de um conjunto de experiências de mercados agroecológicos que têm potencial de gerar engajamento entre consumo e produção, em uma aproximação entre coletivos que representam as duas pontas da cadeia (consumidores e produtores), gerando a construção de mercados que contribuem para maior fidelização dos consumidores por meio da interação com as redes de agricultores (LOCONTO *et al.*, 2018).

As interações e aproximações em rede têm o potencial de gerar mercados mais seguros para os agricultores frente aos mercados seletivos que impactam na exclusão das agriculturas familiares (WILKINSON, 2008), pois envolvem um encadeamento entre as ações da sociedade civil, mercados e agentes públicos locais (MIRANDA, 2020). Tais interações e aproximações, a partir de RCA formadas por grupos de agricultores, de consumidores e organizações/instituições, têm potencial de promover dinâmicas de ação social inovadoras, as quais contribuem para a democratização do sistema agroalimentar nos territórios (SOUZA *et al.* 2021).

As cooperativas de consumo integradas a RCAs intermediam produção e consumo (LOCONTO *et al.*, 2018), sem gerar lucro no processo, podendo gerar uma dinâmica de apropriação coletiva pelos atores sociais envolvidos no abastecimento dos alimentos (O'HARA; COLEMAN, 2017; LOCONTO *et al.*, 2018; PEREZ-CASTILLO, 2021). Em um contexto organizacional que favoreça a interação entre os atores, a dinâmica de apropriação cidadã (em inglês, *citizen ownership*) em redes, pode atuar como um mecanismo de empoderamento e fortalecimento da cidadania em torno do alimento (O'HARA; COLEMAN, 2017), permitindo a mobilização dos atores da produção e consumo para a geração de mercados agroecológicos mais estáveis e justos para produtores e consumidores (PEREZ-CASTILLO, 2021).

No escopo dos CCC, entendemos que as CC podem atuar em uma intermediação entre os agricultores, mercados e consumidores finais, que resulte em práticas cidadãs de comercialização, que seriam dinâmicas comerciais criadas a partir da proximidade e interação entre a CC, agricultores, suas organizações e outras organizações, em redes. Essas práticas podem ser diferenciadas e compreendidas em função da contribuição que possuem em termos de planejamento de produção e da organização da comercialização que proporcionam aos agricultores, assim como o maior engajamento e organização dos consumidores e a interação de diversas organizações sociais em rede. Quando geradas em contexto de redes, elas podem ampliar aprendizados e narrativas envolvendo o alimento e ir além de aspectos comerciais, fazendo com que os agricultores participem de diversos espaços que geram estratégias coletivas e reciprocidades para um abastecimento alimentar mais justo. A participação e decisão coletiva entre agricultores e os demais atores em redes constituem uma contribuição importante para o exercício da cidadania agroalimentar, elemento que é ausente nas cadeias de abastecimento longas que, majoritariamente, afastam produção e consumo.

A expressão da cidadania agroalimentar está altamente integrada a uma dimensão social, distanciando-se de uma perspectiva neoliberal (SASSATELLI, 2006), em que as ações alimentares individuais poderiam promover um consumo sustentável. A nova cidadania alimentar assume uma dimensão de valorização do alimento como bem comum, em um processo de integração entre escolhas individuais e cidadania, com um senso de responsabilidade e engajamento cívico nas práticas alimentares (BRUNORI, 2012; ROSSI; BRUNORI, 2017). Esse processo de apropriação cidadã pelos agricultores exige espaços que facilitem a sua expressão, por meio da construção coletiva de novas infraestruturas, discursos e narrativas que sustentem e ressignifiquem as práticas em torno da produção, abastecimento e consumo dos alimentos (O'HARA; COLEMAN, 2017), sem colapsar na falta de suporte do Estado ou outras fontes externas (PEREZ-CASTILLO, 2021).

A noção de proximidade torna-se essencial para a compreensão da ação cidadã (RENTING *et al.*, 2012), pois é a partir da rede de relações que se forma entre agricultores e consumidores que se desenvolvem processos de reciprocidades (ROVER; LAMPA, 2013) e abrem-se espaços para inovações no sistema agroalimentar (ESCOSTEGUY, 2019; MIRANDA, 2020; SOUZA *et al.*, 2021).

Em termos de formação de RCA, os espaços envolveriam a maior participação dos cidadãos em torno do acesso aos alimentos, de forma articulada com organizações da sociedade civil, poder público e instituições, gerando maior soberania e democratização

alimentar (RENTING *et al.* 2012; ESCOSTEGUY, 2019; MIRANDA, 2020; SOUZA *et al.*, 2021). De acordo com Santos (2002), a participação da sociedade civil nos processos pode indicar o exercício de formas de democracia que contrastam com a democracia proposta pelo modelo neoliberal em que os atores possuem baixa participação, denominada pelo autor de ‘democracia de baixa intensidade’. A democracia de baixa intensidade estaria associada à política representativa, restrita a procedimentos políticos eleitorais que colocariam os atores em posições de apatia política, com pouca participação popular. O autor também aborda a discussão de escala e complexidades, em que os atores, por considerar que os sistemas são complexos, se manteriam em condições de mínima participação (SANTOS, 2002), o que reflete o caso da maior parte dos consumidores e agricultores frente ao sistema agroalimentar hegemônico, que opera em escalas muito amplas e complexas.

Por outro lado, o exercício da democracia participativa ou de ‘alta intensidade’ representaria maior envolvimento da população na vida social, através de múltiplos formatos organizativos (SANTOS, 2002). A ampliação da participação contribuiria para gerar um conhecimento heterogêneo e alicerçado no conhecimento local, efetivamente adaptado para as necessidades dos grupos envolvidos, criando outras subjetividades cidadãs (SANTOS, 2010), que aqui relacionamos com as propostas de cidadania agroalimentar (RENTING *et al.*, 2012) e apropriação cidadã (O’HARA; COLEMAN, 2017) pelos agricultores nas dinâmicas comerciais. Essa cidadania e apropriação são aqui mobilizadas no escopo da criação de concepções não hegemônicas para o abastecimento agroalimentar, de forma coletiva e em rede, e expressas em práticas de comercialização e reciprocidades.

3.3 METODOLOGIA

Com o objetivo de analisar como são geradas práticas cidadãs de comercialização e dinâmicas de apropriação cidadã pelos AFA em redes de cidadania agroalimentar a partir das cooperativas Coopet e GiraSol, essa pesquisa compreende um estudo de múltiplos casos, desenvolvido no estado do Rio Grande do Sul, localizado no sul do Brasil. A abordagem do estudo é qualitativa com metodologia não participativa.

A pesquisa foi realizada em duas etapas: A primeira, de caráter exploratório, incluiu um levantamento de informações dos produtos comercializados nos estabelecimentos comerciais das duas cooperativas (variedade de itens de alimentos orgânicos frescos e minimamente processados, marcas, certificadoras, origem) e levantamento de documentos

(estatuto das cooperativas, atas de assembleias, relatórios de vendas e lista de produtos, conteúdo das mídias sociais). Nessa etapa, foram realizadas 08 entrevistas semiestruturadas (5 GiraSol, 3 Coopet) para compreender, a partir do ponto de vista dos gestores, as trajetórias, motivações, exigências, logísticas e desafios para a comercialização de orgânicos nas CC. Também entrevistamos 02 representantes de organizações de apoio de cada cooperativa⁷. No caso da GiraSol, foi realizada uma visita exploratória no mês de março de 2019, com duração de seis dias. Com o advento da pandemia de Covid19, não foi possível realizar entrevistas com consumidores finais em ambas as cooperativas, assim como não foi possível realizar idas a campo na Coopet.

A segunda etapa, de aprofundamento, focou em uma amostra de 05 das principais organizações fornecedoras de cada CC (agroindústrias, cooperativas, associações e grupos do Sistema Participativo de Garantia, vinculados às redes da agricultura familiar), de cada qual foi entrevistada uma pessoa que é responsável pela comercialização para as cooperativas de consumidores. Em ambos os casos, selecionamos situações com diferentes níveis de estruturação produtiva e comercial dentre os fornecedores, sendo estes: a) 03 organizações coletivas da agricultura familiar; b) 01 agroindústria mais estruturada (maior escala e qualificação na organização da produção, transporte e armazenamento dos produtos); e c) 01 organização coletiva da agricultura familiar menos estruturada (dificuldades produtivas na transição agroecológica e comerciais no escoamento e armazenamento dos produtos). Nesta etapa, devido à pandemia, foram realizadas entrevistas semiestruturadas virtualmente, visando aprofundar as temáticas relacionadas às redes comerciais nas quais se integram as CC, assim como identificar se e quais práticas e apropriação cidadã ocorrem nas dinâmicas comerciais geradas a partir das CC em redes.

3.4 AS REDES DE CIDADANIA AGROALIMENTAR EM TORNO DAS COOPERATIVAS DE CONSUMO

⁷ As duas CC possuem proximidade desde a origem com duas organizações sem fins lucrativos. No caso da Coopet, o Centro Ecológico é uma ONG que desde 1985, trabalha para viabilizar avanços sustentáveis na produção agrícola, mediante a adoção de tecnologias alternativas orientadas pela filosofia da preservação ambiental e da justiça social. <http://centroecologico.org.br/>. No caso da GiraSol, a Guayí - democracia, participação e solidariedade, atua desde 2001 e tem como objetivo desenvolver processos comunitários e ações educativas, colaborando com a construção de políticas públicas com cidadania e participação social. <http://guayi.org.br/>

Esta seção apresenta as redes de cidadania agroalimentar em torno da Coopet e a GiraSol, evidenciando a emergência de dinâmicas comerciais em redes a partir das CC e discutindo como foram apropriadas pelos agricultores familiares agroecológicos.

3.4.1 Organização social e coletividade no território de Três Cachoeiras/RS

A criação da Coopet é resultado de dinâmicas de articulação em rede e de novos processos de problematização e organização entre o conjunto de organizações/instituições que atuam em torno do tema ‘alimento’ no território da cooperativa, além da inserção dos agricultores em uma diversidade de redes sociais. A parceria entre consumidores e agricultores foi estabelecida em 1999 com o incentivo das Comunidades Eclesiais de Base e a Teologia da Libertação da igreja Católica, com o objetivo de possibilitar o acesso a alimentos ‘sem veneno’ para a comunidade local, visto que este era escoado principalmente na FAE – Feira dos Agricultores Ecologistas, em Porto Alegre, criada a partir da Coolmeia Cooperativa Ecológica. A organização coletiva iniciou por uma vontade dos consumidores, que entendiam a importância do alimento ‘ecológico’ devido aos debates de alguns padres progressistas (preservação ambiental, direitos do ser humano para com a terra, entre outros) junto aos cidadãos do município e região, tanto do meio rural quanto urbano.

O coletivo experimentou outras formas de abastecimento⁸ que dificultavam a logística para os agricultores da Associação dos Colonos Ecologistas da Região de Torres (ACERT), até que foi fundada a cooperativa Coopet. Durante esse período houve o envolvimento do Movimento de Mulheres Camponesas que auxiliavam no abastecimento dos produtos e da ONG Centro Ecológico que atuava na assistência técnica aos agricultores.

O diálogo entre campo e cidade levou à identificação de objetivos em comum – de acesso ao alimento ecológico e de fortalecimento da agricultura familiar local, culminando na criação da experiência a partir da ação coletiva dos diversos atores da comunidade. Por um lado, as famílias de agricultores se organizaram para a produção ecológica a partir do incentivo da igreja e em associações a partir do incentivo da ONG Centro Ecológico, o que

⁸ Em 1996, as famílias agricultoras organizavam-se para escoar a sua produção junto à Cooperativa Ecológica Coolmeia e Feira de Agricultores Ecologistas, em Porto Alegre/RS. Os consumidores de Três Cachoeiras construíram com os agricultores o primeiro modelo de aquisição de seus alimentos, através de entregas domiciliares e comercialização dos excedentes da ida a Porto Alegre, o que gerava alta demanda logística, baixo retorno para os agricultores e o acesso a produtos de final de feira aos consumidores. Em 1999, os consumidores fundaram a Coopet com o objetivo de facilitar o abastecimento de alimentos, realizar pedidos em maiores quantidades e garantir o alimento de qualidade a preço justo para suas famílias e para a população local.

permitiu a comercialização local e regional dos produtos. Por outro lado, houve uma diversidade de organizações sociais e entidades que articulavam a comunidade local e contribuíram para a organização, tanto da produção quanto do consumo, viabilizando o acesso aos alimentos que até então não eram comercializados no município. A partir daí, o objetivo da cooperativa tem sido garantir alimento de qualidade e a preço justo para as famílias de consumidores e agricultores sócios, assim como para a população local, fortalecendo a agricultura familiar ecológica. Alguns agricultores também se tornaram sócios na origem da cooperativa, com a perspectiva de se tornarem consumidores de produtos ecológicos que não produziam, além de serem fornecedores.

Identificamos na fala dos gestores e agricultores entrevistados a integração da Coopet com diversas redes formadas em torno dos territórios, que articulam noções de intercooperação entre os atores, em torno da produção e acesso aos alimentos orgânicos da agricultura familiar (movimentos sociais, sindicatos, instituição pública de ensino, ONG, rede). No quadro 4 apresentamos as principais entidades de apoio presentes no território da pesquisa, identificadas a partir da fala dos fornecedores e informantes-chave da Coopet. A maioria dos agricultores tem envolvimento com mais de uma das organizações/instituições abaixo listadas.

Quadro 4 Contexto socioorganizativo em torno do fornecimento de alimentos à Coopet.

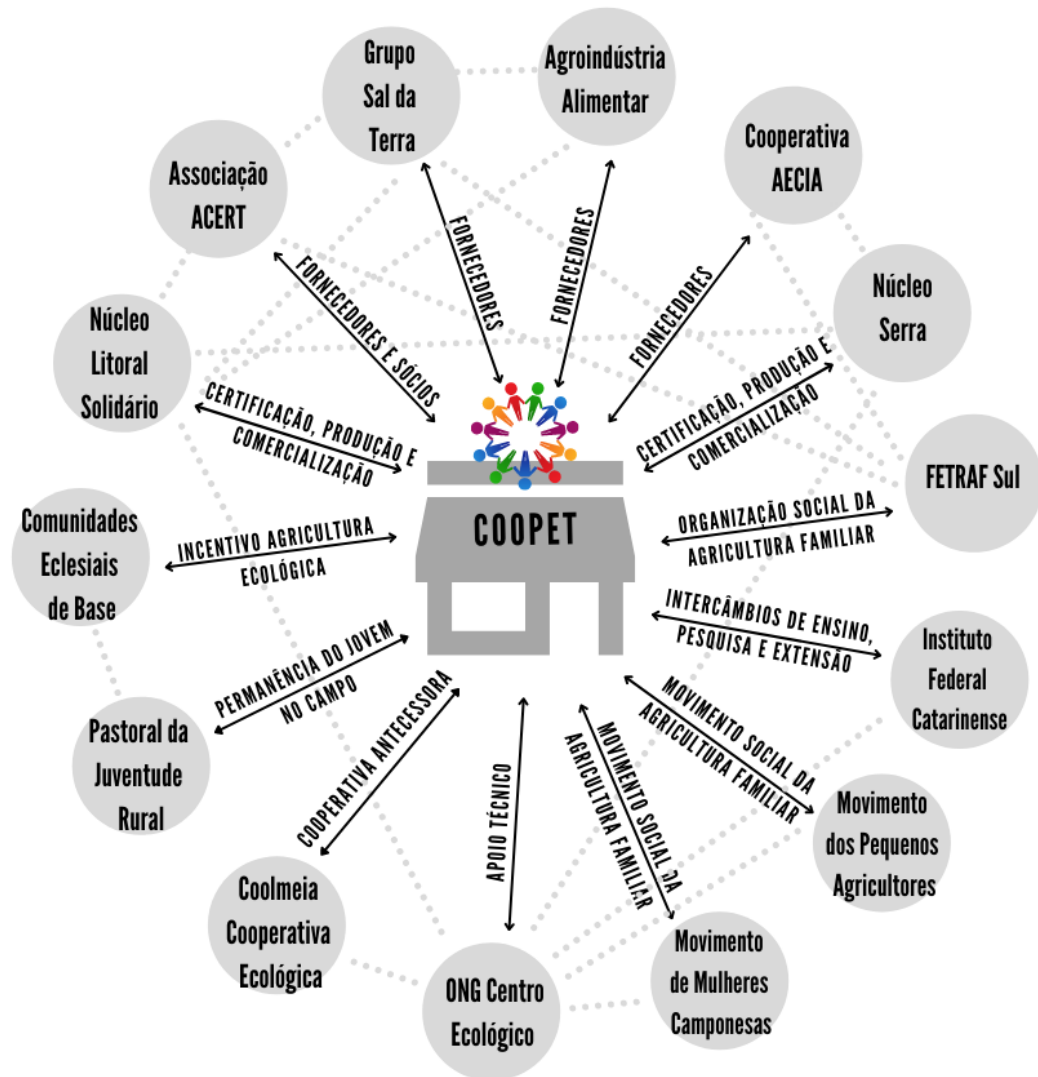
Organizações/ Instituições	Tipo de Organização	Área de atuação	Público-alvo
FETRAF Sul - Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar da Região Sul do Brasil	Congregação de sindicatos e associações de trabalhadores rurais e agricultura familiar	Representação sindical	Agricultura familiar e trabalhadores rurais
IFC - Instituto Federal Catarinense	Instituição Pública	Ensino, pesquisa e extensão	Sociedade, comunidade científica
MMC - Movimento de Mulheres Camponesas	Movimento Social Popular	Direitos sociais da mulher camponesa e classe trabalhadora, agricultura ecológica e reforma agrária	Mulheres trabalhadoras rurais
MPA - Movimento dos Pequenos Agricultores	Movimento Social Popular	Soberania alimentar, resistência do campesinato, reforma agrária e agroecologia	Camponeses e territórios rurais
Núcleo Litoral Solidário e Serra da Rede Ecovida de Agroecologia	Rede interorganizacional	SPG - Sistema Participativo de Garantia	Agricultores familiares e territórios rurais
ONG Centro Ecológico Ipê - Serra e Litoral Norte	Organização Não Governamental	Agricultura ecológica, desenvolvimento rural sustentável, educação agroecológica	Comunidades rurais e urbanas
Pastoral da Juventude Rural	Pastoral da Igreja Católica	Cidadania e valorização da cultura e vida rural,	Comunidade rural, juventude camponesa e

		agricultura ecológica	territórios rurais
--	--	-----------------------	--------------------

Fonte: pesquisa de campo, elaboração própria (2021)

Os fornecedores entrevistados são organizações de agricultores (associações, cooperativas e agroindústrias) – Associação dos Agricultores Ecologistas de Ipê e Antônio Prado (Cooperativa AECIA); Grupo Sal da Terra de Caraá/RS; Núcleo Raposa da Associação dos Colonos Ecologistas da Região de Torres/RS (ACERT); Núcleo Três Passos da ACERT; e Agroindústria Alimentar de Dom Pedro de Alcântara/RS– sendo que todas demonstraram relações mais amplas do que aquelas envolvendo a comercialização dos alimentos, com narrativas que demonstram o envolvimento em estratégias coletivas para a ampliação da produção, abastecimento e consumo dos alimentos orgânicos, tanto no envolvimento direto com a Coopet, quanto no envolvimento com outros atores dos mercados, sociedade civil e Estado, vinculados ao agroalimentar. Nesse sentido, identificamos a ampliação da participação cidadã em torno de debates envolvendo agroecologia, economia solidária, produção e acesso ao alimento orgânico, em um misto entre redes de colaboração, informação e comercialização no entorno da Coopet (Figura 1).

Figura 1 Esquema aproximativo da Rede de cidadania agroalimentar formada entorno da Coopet.



Fonte: elaboração própria (2021)

A seguir daremos evidência para as apropriações cidadãs nas dinâmicas comerciais em rede envolvendo a Coopet, demonstrando como elas incidem em maior autonomia dos agricultores nos mercados e ampliam o acesso aos alimentos orgânicos da agricultura familiar agroecológica.

3.4.2 A Coopet como uma organização que gera apropriação cidadã nas dinâmicas comerciais para os atores rurais em redes

A Coopet faz parte do Núcleo Litoral Solidário da Rede Ecovida, que engloba agroindústrias, associações e cooperativas de produção e de consumo de alimentos orgânicos, além da ONG Centro Ecológico, que presta assessoria técnica aos produtores (SOUZA, 2008). Essa integração permite viabilizar o acesso aos alimentos com qualidade ambiental e social, garantida pelo Sistema de Certificação Participativa (SPG)⁹ e possibilita a comercialização via circuitos articulados pela Rede Ecovida. A Ecovida foi criada ao final dos anos 1990 e constitui uma articulação interorganizacional que congrega agricultores familiares, ONGs, instituições de assessoria e universidades em torno da certificação, produção e comercialização de alimentos orgânicos e agroecológicos. A rede está nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e Sul de São Paulo, com cerca de 5000 famílias em quase 200 municípios (ROVER, 2011; ROVER *et al.*, 2016; NIEDERLE *et al.*, 2020). Essas famílias estão distribuídas em 300 grupos, que formam os 30 núcleos regionais da rede.

A Coopet participa das dinâmicas comerciais e sociais da Ecovida, e se organiza a partir de alguns elementos importantes da rede, que facilitam a descentralização da distribuição de alimentos. Assim como Niederle *et al.* (2020), identificamos três aspectos da Ecovida que fazem com que os agricultores controlem coletivamente as decisões sobre as dinâmicas comerciais na Coopet, isso de acordo com a organização em grupos e núcleos: (a) em primeiro lugar, as famílias vendem individualmente seus produtos em lojas, grupos de consumo, Coopet e supermercados (dentre outros canais); (b) em segundo, o grupo organiza a distribuição de forma que uma família possa levar produtos de outra para a venda, reduzindo custos logísticos e de transação; (c) por fim, as associações e cooperativas são responsáveis por gerir os núcleos em cada território, para o abastecimento coletivo no caso de compras públicas, contratos com supermercados e Coopet. Todos esses são elementos que se evidenciam nas dinâmicas comerciais da Coopet e que contribuem para que os agricultores tenham maior autonomia nas dinâmicas envolvendo a certificação, produção e comercialização dos produtos, tanto na CC quanto em outros mercados, podendo por meio da ação coletiva estabelecer relações de reciprocidade e solidariedade. Isso permite acessar mercados que sejam mais justos e seguros para as famílias.

⁹O Sistema Participativo de Garantia (SPG) é “o 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. Este processo 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. No caso da Rede Ecovida de Agroecologia, o SPG se dá em torno do Produto Orgânico e a credibilidade é gerada a partir da seriedade conferida à palavra da família agricultora e se legitima socialmente, de forma acumulativa, nas distintas instâncias organizativas que esta família integra” (REDE ECOVIDA, 2020).

A Coopet articula mercados de proximidade, ação coletiva e o exercício de cidadania em torno do alimento, a partir da rede organizativa que a orbita (Figura 1). No caso da atuação da CC no Núcleo Litoral Solidário da Ecovida, as relações estabelecidas vão além de trocas mercantis e se estendem para outros núcleos da Rede, especialmente o Núcleo Serra do RS, que possui apoio do Centro Ecológico Ipê - Serra, com o qual parcerias de longa data foram formadas, envolvendo a COOPET, a Associação de Colonos Ecologistas da Região de Torres (ACERT) e a Cooperativa de Produtores Econativa. Estas duas cooperativas, uma de consumo, outra de produção e a associação, organizam entre si uma logística solidária de abastecimento dos alimentos que se dá por meio de relações de confiança e reciprocidade entre consumidores e agricultores para a comercialização. Exemplo disso é a organização do transporte de alimentos provenientes da Feira dos Agricultores Ecologistas (FAE) em Porto Alegre-RS, na qual a ACERT participa semanalmente e realiza o transporte dos produtos encomendados pela Coopet. Outra experiência solidária é a utilização da câmara fria da Econativa pela Coopet, o que facilita o armazenamento dos produtos entregues por diversos fornecedores da Rede Ecovida.

A inserção em redes logísticas da agricultura familiar é uma das estratégias centrais para a Coopet na comercialização em circuitos curtos, que fortalece as famílias de agricultores e suas organizações ao mesmo tempo em que permite o abastecimento dos orgânicos no município, em um compromisso mútuo. No contexto da pandemia de Covid19, a Coopet organizou de forma emergencial a venda dos alimentos orgânicos por aplicativo *Whatsapp*, possibilitando que os agricultores continuassem escoando os alimentos frente à redução de alguns mercados e que os consumidores mantivessem o acesso aos alimentos saudáveis e diversificados no contexto de crise.

É a partir das proximidades geográfica e relacional criadas na comunidade em torno do alimento orgânico, que são estabelecidos um misto de relações mercantis e trocas não mercantis entre os consumidores sócios e as famílias de agricultores da Coopet. A partir daí, são mobilizadas solidariedades e reciprocidades que incidem em um contexto social mais amplo, para além do abastecimento de alimentos.

No contexto de ruralidade de Três Cachoeiras, ocorrem anualmente celebrações comunitárias e jantares entre sócios, em torno dos vínculos de amizade estabelecidos e a relação com a igreja. O diálogo é constante e os esforços dos consumidores sócios da Coopet estão relacionados ao apoio a agricultura familiar agroecológica, assim como a valorização das externalidades positivas da produção familiar no município. Essas dinâmicas permitem a

expressão da cidadania agroalimentar, onde consumidores e agricultores valorizam elementos positivos associados à agricultura familiar e o relevante papel do grupo para garanti-los no nível de comunidade. Esses elementos são expressos na fala da técnica do Centro Ecológico:

Como Três cachoeiras é mais rural, os agricultores são mais conectados e são associados na Coopet, consomem lá, todo ano fazem os jantares com os sócios. E a cooperativa faz esse papel da linha direta, traz os alimentos direto do produtor para a cidade, mas junto disso traz os temas ambientais para o município, coisas de saúde, produto de qualidade, tem impacto em toda a região. Teve muita atuação nossa, da pastoral e das educadoras por meio da Coopet. É uma referência na cidade por que inicialmente trazia muito a preocupação da permanência das famílias no campo e a diminuição dos agrotóxicos, por causa dos debates que os sócios faziam na cooperativa e na igreja, depois nas escolas. E hoje ampliou para noções de saúde e outras coisas do alimento orgânico. (Instituição de Apoio Coopet 01)

Assim, a apropriação cidadã incide no território da Coopet de diversas formas: pela diminuição do uso de agrotóxicos na região; pelo incentivo a permanência dos agricultores no campo; pela promoção de debates sobre o alimento orgânico nas escolas; pela mobilização da pauta ambiental e do consumo consciente por meio das Feiras da Biodiversidade abertas à comunidade; e pelo apoio na criação de cooperativa de produção e agroindústrias para os agricultores.

Na atuação como intermediária nos mercados de proximidade, a Coopet permite articulação da venda com uma intermediação benéfica entre produtores e mercados, pois há a maior participação dos agricultores nas decisões democráticas em rede. Isso se evidencia no processo de criação da Econativa, em que a CC deu suporte para os agricultores na criação da Cooperativa de produção, em 2005, o que se deu em diálogo entre Coopet, participantes do Núcleo Litoral Solidário e Núcleo Serra da Ecovida, além da ONG Centro Ecológico, com sede em ambas as regiões. O coletivo identificou a necessidade de criação de uma cooperativa de produção que complementasse o escoamento realizado nas feiras e nas cooperativas de consumo (Coopet e Ecotorres de Torres/RS), a partir da demanda dos agricultores por instituir uma personalidade jurídica que permitisse o abastecimento de mercados institucionais pelas famílias produtoras do Litoral Norte e Serra do RS. No Litoral, houve o diálogo sobre o fornecimento para as compras públicas ocorrer por meio da Coopet, porém não foi possível efetivar o abastecimento por questões legais, pois a cooperativa de consumo não poderia gerar nota de produtor conforme exigência dos programas de governo. Com o objetivo de ampliar o abastecimento, os agricultores decidiram criar a Econativa que, nos primeiros anos, funcionou no espaço compartilhado com a loja da Coopet. Esse entrelace de ações solidárias e conjuntas entre a Coopet e os membros da Rede Ecovida (grupos de produtores da Serra e Litoral,

Ecotorres, ONG Centro Ecológico Serra e Litoral) refletem um diferencial relativo à aproximação dos agricultores e consumidores na construção das dinâmicas de abastecimento. Isso mobilizou a ação coletiva para a solução de problemas que refletem em um contexto social mais amplo, nesse caso na região da Serra, potencializando a criação de novas dinâmicas comerciais pelos grupos de agricultores.

A Coopet traz também um diferencial para a apropriação nas dinâmicas comerciais pelos agricultores, quando incentiva que eles permaneçam como sócios e consumidores. A dinâmica de aproximar produtores também como consumidores dos alimentos que não produzem, mas que são produzidos por parceiros, é importante para gerar a soberania e segurança alimentar das famílias. Além disso, os agricultores tornam-se gestores da CC, adaptando as práticas cidadãs de comercialização para que esse formato de mercado se torne ainda mais justo e seguro para as famílias.

Na Coopet, são mobilizados discursos e narrativas que envolvem a conscientização sobre o alimento de qualidade, orgânico, saudável e regional, ampliando tanto a ação dos agricultores quanto dos consumidores para além de dinâmicas comerciais envolvendo o alimento. Na atuação em rede, a CC mobiliza espaços de educação para o consumo no município de Três Cachoeiras, em parceria com os agricultores fornecedores e o Centro Ecológico. É organizada anualmente a Feira da biodiversidade em que os agricultores participam junto à Coopet, recebendo visitas das escolas do município e aproximando produtores de consumidores.

Outro elemento relevante envolve a participação de voluntários e estagiários do Instituto Federal Catarinense (IFC), que são recebidos pela Coopet na perspectiva de trocas de experiências, aprendizados coletivos e realização de trabalhos acadêmicos que também beneficiem a produção, abastecimento e consumo dos alimentos orgânicos. Esse elemento é relevante para a apropriação cidadã do processo pelos agricultores, pois estes frequentemente recebem estudantes que auxiliam a aprimorar aspectos produtivos e/ou comerciais dentro e fora das propriedades, auxiliando a construir estratégias para acesso aos mercados. Muitas dessas ações são construídas coletivamente entre os atores da Coopet, Centro Ecológico e Rede Ecovida, assim como as outras organizações e movimentos sociais em que os agricultores participam.

No sentido do aprimoramento de dinâmicas produtivas e comerciais dos agricultores, ocorre o planejamento de produção realizado pela Coopet junto aos fornecedores. São realizadas reuniões entre a CC, os agricultores e o Centro Ecológico para planejar o

escalonamento de produção ao longo do ano, conforme a aptidão produtiva de cada família agricultora e dos grupos a que pertencem. Dessa forma os consumidores garantem o acesso aos alimentos sazonais ao longo do ano e contribuem para que os agricultores se organizem para evitar desperdícios de alimentos e cumprir com as demandas dos consumidores. Identificamos que o processo é benéfico para ambas as partes, pois os consumidores adaptam-se a sazonalidade dos alimentos e consomem diversidade ao longo do ano, ao passo em que os agricultores organizam a oferta de alimentos conforme a possibilidade do grupo e a garantia de compra da CC. Isso faz com que os agricultores tenham mais segurança no fornecimento de alimentos para a CC, assim como contribui para a organização da oferta para outros mercados.

Existe uma clara articulação entre grupos de agricultores, de consumidores e organizações sociais. Essas condutas coletivas dos atores sociais estão reorganizando relações preexistentes envolvendo o alimento e os mercados, configurando expressões de cidadania e democracia alimentar (HASSANEIN, 2003; RENTING *et al.*, 2012; SOUZA *et al.*, 2021).

3.4.3 Coletividades mobilizadas em torno da economia solidária pela GiraSol em Porto Alegre/RS

A GiraSol' (“gira=girar; sol=solidariedade”) é uma cooperativa de consumo que emergiu em 2006. Sua criação ocorreu a partir de diálogos e problematizações entre os diversos atores rurais e urbanos que envolviam o debate agroalimentar no estado do RS, os quais representavam redes de comercialização e de informação em torno do debate agroalimentar, economia solidária e agricultura familiar.

Naquele período, os envolvidos perceberam a dificuldade dos agricultores para encontrar canais de comercialização que não fossem supermercados ou feiras (antes mais restritas) e sua necessidade de constituir canais de organização dos consumidores para estabelecer relações mais diretas produção-consumo. Ao mesmo tempo, a agricultura familiar passava por um período de fortalecimento das políticas públicas¹⁰ e a economia solidária

¹⁰A agricultura familiar, uma categoria social e política, passou a ser reconhecida pelo Estado brasileiro em meados de 1990. Dentre as políticas públicas desenvolvidas no período, destaca-se a criação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura (Pronaf) em 1995 que desencadeou a emergência de outras políticas diferenciadas de desenvolvimento rural; a criação do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) em 1999, e da Secretaria da Agricultura Familiar (SAF) no interior deste em 2001; e em 2006, foi regulamentada a Lei da Agricultura Familiar que reconheceu a categoria social, definiu sua estrutura conceitual e passou a balizar as políticas públicas para este grupo social (GRISA; SCHNEIDER, 2014).

estava em evidência após a realização do Fórum Social Mundial¹¹. Dessa forma, a arena política abria espaço para debates sobre segurança alimentar e nutricional - em alguns casos também vinculados ao debate agroecológico (GRISA; SCHNEIDER, 2014), onde os diversos atores que se articulavam em rede em torno do agroalimentar, na região metropolitana (políticos, estudiosos, movimentos sociais e de organizações da sociedade civil), mobilizaram debates em torno da construção social de mercados para a agricultura familiar. Isso se evidencia na fala de um gestor da GiraSol sobre a origem da experiência:

O desenho inicial era de um conjunto de pessoas ligado a gestão pública estadual e municipal e sindicatos, motivados pelos diálogos dos fóruns sociais mundiais, onde havia o debate internacional da economia solidária e comércio justo. Havia o desafio de constituir uma iniciativa de consumidores em Porto Alegre, na época a Coolmeia era referência (já não existia mais) e havia as referências internacionais de economia solidária. A motivação era conseguir construir uma organização dos consumidores, sendo que a preocupação do grupo era muito mais com os agricultores do que com os consumidores. (Consumidor Gestor da GiraSol 01).

Depois de alguns anos de funcionamento, a GiraSol passou por um período de inatividade entre agosto de 2011 e fevereiro de 2016, e foi reestruturada em 2019 com a abertura de um armazém e café, um centro de distribuição e um e-commerce. Ela operou no modelo de compras programadas no período entre 2016 e 2019, com envio de listas de produtos via Excel e posterior venda online, com o objetivo de pagar as dívidas da CC e criar uma loja que viabilizasse ir além do trabalho voluntário dos membros, fator que levou a anterior paralisação das atividades.

Os consumidores-gestores e entidades de apoio criaram e refundaram a cooperativa com o objetivo principal de possibilitar acesso aos mercados solidários para os agricultores familiares na capital do estado. A retomada em 2019 foi incentivada pela articulação dos membros da GiraSol com atores sociais que envolviam a economia solidária e a agricultura familiar no estado do RS, incluindo sindicatos, cooperativa de consumo Coopet, OSCIP, organizações da agricultura familiar (cooperativas e associações) e agroindústrias. Em uma reunião com a Agência de Desenvolvimento Solidário da Central Única dos Trabalhadores (ADS – CUT), participaram a OSCIP Guayí e alguns ex-membros da GiraSol, que foram motivados a reabrir a cooperativa a partir do relato das dificuldades comerciais enfrentadas

¹¹ O Fórum Social Mundial foi realizado em Porto Alegre, RS em 2001, 2002, 2003 e 2005, debatendo pautas mundiais a respeito de modelos de desenvolvimento, direitos humanos, meio ambiente e redistribuição de renda. No FSM de 2003, o governo anuncia o compromisso de criar a Secretaria Nacional da Economia Solidária sob a direção do professor Paul Singer (SOUZA, 2008).

pelos agricultores no Estado e da experiência positiva compartilhada pelos consumidores da Coopet, conforme evidenciado na fala do gestor:

Em um desses encontros com a CUT, o tema era comercialização, onde o gestor que atuava na Coopet e Ecotorres fez uma fala sobre estratégias de comercialização. Era uma oficina de comercialização que integrava o projeto de gestão da ADS-CUT com os projetos de redes. Ele falou sobre as cooperativas, outro atual membro da GiraSol estava na comitiva da RESF falando da COMAFITT, havia o debate da economia solidária. Havia um cenário de restrição ao avanço das políticas PAA e PNAE, os agricultores e cooperativas querendo discutir iniciativas que os tornassem independentes das compras institucionais. Essa perspectiva das cooperativas de consumo criou uma pauta bastante afirmativa no seminário, onde eu dialoguei sobre a experiência da GiraSol. Estavam presentes o pessoal da Coopet, COOMAFITT, Carraro, AECIA de Ipê/RS, ADS CUT. Surgiu então a necessidade de retomar a GiraSol. (Consumidor Gestor GiraSol 01).

Há uma interdependência entre a atuação da GiraSol e uma diversidade de organizações atuantes com os temas dos alimentos orgânicos, agroecologia e economia solidária. As entidades geram um contexto socioorganizativo que permite o diálogo entre consumidores, agricultores e outros atores, gerando uma rede de cidadania agroalimentar no entorno da GiraSol, permitindo a criação e retomada da própria cooperativa e de diversas trocas de experiências, construção de novas narrativas e objetivos comuns.

O quadro 5 destaca as principais entidades de apoio identificadas a partir da fala dos agricultores entrevistados, as quais estão direta ou indiretamente envolvidas em redes com a GiraSol.

Quadro 5 Contexto socioorganizativo em torno do fornecimento de alimentos à GiraSol

Organizações/ Instituições	Tipo de Organização	Área de atuação	Público-alvo
Agência de Desenvolvimento Solidário da Central Única dos Trabalhadores (ADS/CUT)	Representação sindical	Economia Solidária e Desenvolvimento Local	Sociedade, trabalhadores rurais e urbanos
Circuito Sul da Rede Ecovida de Agroecologia	Rede interorganizacional	SPG - Sistema Participativo de Garantia	Agricultores familiares e territórios rurais
Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar da Região Sul do Brasil (FETRAF-Sul)	Congregação de sindicatos e associações de trabalhadores rurais, da agricultura familiar, etc	Representação sindical	Agricultura familiar e trabalhadores rurais
MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra	Movimento social	Reforma agrária e soberania alimentar	Trabalhadores rurais sem terra e sociedade civil
OSCIP Guayí	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público	Economia solidária, agricultura ecológica, democracia participativa	Comunidades rurais e urbanas

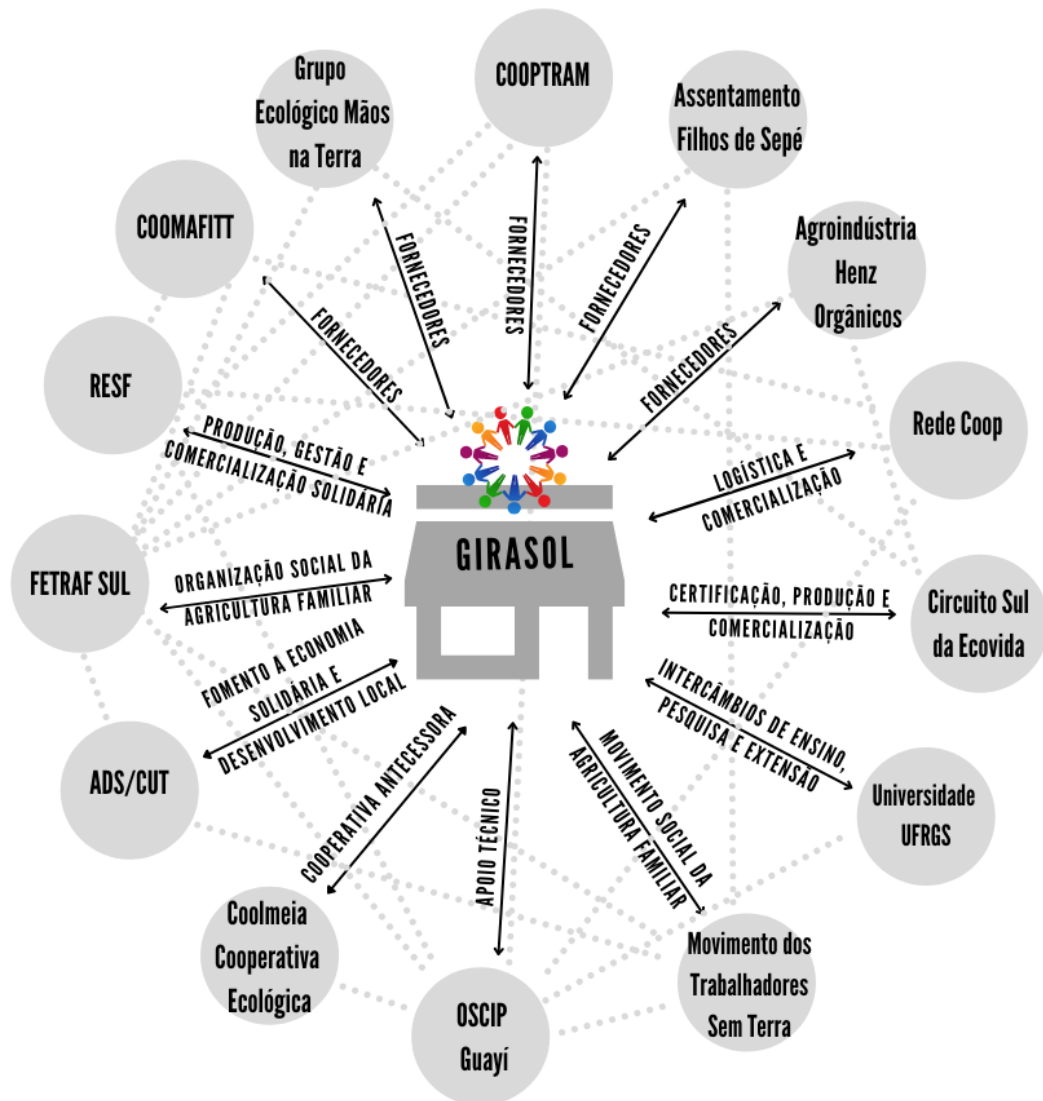
Rede Coop – Rede de cooperativas do Rio Grande do Sul	Rede interorganizacional	Abastecimento de alimentos da agricultura familiar	Cooperativas da agricultura familiar
RESF Nacional - Rede de Economia Solidária e Feminista	Rede interorganizacional	Economia solidária e feminista	Mulheres rurais e urbanas
UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul	Universidade Pública	Ensino, pesquisa e extensão	Sociedade, comunidade científica

Fonte: elaboração própria (2021)

A atuação da GiraSol na construção de mercados tem contribuído para o envolvimento de agricultores, consumidores, cidadãos e organizações em torno do acesso ao alimento agroecológico, onde os agricultores participam das dinâmicas comerciais que lhes geram renda, ao mesmo tempo em que suprem a demanda pelos alimentos orgânicos de consumidores urbanos.

No caso da GiraSol, as organizações de agricultores (associações, cooperativas e agroindústrias) entrevistadas – Cooperativa Mista de Agricultores Familiares de Itati, Terra de Areia e Três Forquilhas (COOMAFITT); Grupo Ecológico Mãos na Terra de São Domingos do Sul/RS; Grupo de agricultores do Assentamento Filhos de Sepé de Viamão/RS; Cooperativa Dos Povos Tradicionais De Mostardas/RS (COOPTRAM); Agroindústria e Distribuidora Henz Orgânicos de Montenegro/RS – demonstraram relações mais amplas do que aquelas envolvendo a comercialização dos alimentos. Assim como na experiência da Coopet, identificamos que a participação cidadã vai além das dinâmicas comerciais, envolvendo uma série de reciprocidades e interações entre a CC, redes de comercialização e outras redes integradas, em interações entre atores dos mercados, sociedade civil e Estado vinculados ao agroalimentar no entorno da GiraSol (Figura 2).

Figura 2 Esquema aproximativo da Rede de cidadania agroalimentar formada entorno da GiraSol.



Fonte: elaboração própria (2021)

3.4.4 A GiraSol como uma organização que gera apropriação cidadã nas dinâmicas comerciais pelos atores rurais em redes

No âmbito do abastecimento dos alimentos orgânicos da agricultura familiar agroecológica, a GiraSol é uma organização que faz parte da Rede de Economia Solidária e Feminista Nacional (RESF Nacional) e da Associação de Rede de Cooperativas da Agricultura Familiar e da Economia Solidária do Rio Grande do Sul (RedeCoop). A primeira possui 250 empreendimentos organizados em 28 redes locais, em 11 estados do país, representando mais de 2000 mulheres. Como expresso em material de divulgação da RESF, ela possui como objetivo o fortalecimento do trabalho e gestão de mulheres na economia

solidária, almejando visibilidade e intercâmbio entre os empreendimentos para que se tornem mais fortes na economia, produção, na comercialização e consumo solidário. A segunda, a RedeCoop, foi fundada em 2017 e é uma rede que articula 39 cooperativas singulares de produção, quatro cooperativas centrais e uma cooperativa de consumo (GiraSol), representando mais de 12 mil famílias da agricultura familiar (cooperativas da agricultura familiar, comunidades quilombolas, empreendimentos de economia solidária). O objetivo é integrar a logística e a comercialização dos seus produtos para o abastecimento de mercados institucionais (compras públicas) e privados no estado do RS.

A ponte entre as redes mencionadas e a GiraSol foi realizada pela OSCIP Guayí que constituiu a RESF em 2012. A partir daí, os principais fornecedores de alimentos orgânicos e outros produtos da economia solidária para a GiraSol fazem parte dessas redes e garantem a segurança logística para o fornecimento diário de alimentos em quantidade e qualidade suficiente aos consumidores finais. Esse abastecimento é construído por meio da cooperação e de logísticas assentadas em circuitos curtos, que fomentam a capacidade autogestionária de cooperativas da agricultura familiar agroecológica.

Com relação aos circuitos de proximidade ativados pela GiraSol, o que se observa é que por estar localizada em um centro urbano, mais distante em termos relacionais dos consumidores, é ativado um perfil de proximidade informacional para compensar a menor proximidade relacional. A partir daí, as relações são construídas entre os gestores da CC e das organizações de agricultores que participam das redes, fazendo com que ocorram entre eles trocas não monetárias e reciprocidades, mobilizadas pela cidadania agroalimentar. Isso ocorre principalmente por iniciativa dos gestores da GiraSol, que reabriram a cooperativa visando potencializar a organização coletiva de agricultores e ampliar a incidência do debate político e social que envolve o alimento nos territórios. De acordo com o gestor da GiraSol entrevistado:

Queremos que a GiraSol se torne uma ferramenta potente de comercialização intra redes, cooperativas e empreendimentos solidários, que ela se torne um instrumento que potencialize os agricultores e movimentos sociais com base na coletividade. E queremos fazer isso tudo ampliando o debate cultural do consumo, encontrando formas de mostrar para o consumidor quem é o agricultor e todas as dificuldades que ele enfrenta para produzir o alimento. (Consumidor Gestor GiraSol 01).

O envolvimento dos gestores com foco na ampliação da cidadania agroalimentar resulta na mobilização dos coletivos de agricultores para a ampliação da produção, comercialização e dinâmicas solidárias em torno do alimento, como é o caso das cooperativas de produção, da rede feminista e dos movimentos sociais.

Ainda que a aproximação relacional com o elo da produção seja reduzida quando comparada a Coopet, a GiraSol se mantém em diálogo com as organizações de agricultores por meio das redes e tem como motivação principal, desde a origem da experiência, gerar acesso às vendas na capital para a agricultura familiar. Em 2019, a GiraSol junto da Guayí no apoio e captação de recursos e da Rede RESF, foi proponente do projeto “Mulheres Rurais em Rede: Agroecologia, Autonomia Econômica e Autogestão Solidária”, com recursos da ONU Mulheres e Fundação Banco do Brasil (FBB), que permitiu angariar recursos para a ampliação da CC e fortalecimento de empreendimentos de mulheres da RESF e de iniciativas da agricultura familiar com quem já possuíam proximidade. Dessa forma, a GiraSol articulou e qualificou dinâmicas comerciais e sociais das organizações da agricultura familiar, inserindo algumas cooperativas da RedeCoop na Rede RESF, até então essencialmente urbana, e destinou recursos para a estruturação produtiva e comercial das experiências. Também foram realizadas diversas oficinas da GiraSol com as mulheres agricultoras das cooperativas de produção, com enfoque em gerar aprendizados relativos a planejamento de produção, gestão e comercialização dos alimentos e outros produtos da economia solidária.

As redes mencionadas articulam uma diversidade de organizações da agricultura familiar para o abastecimento de alimentos orgânicos na GiraSol. Nas falas dos 05 agricultores entrevistados notamos um contexto socioorganizativo diverso, sendo que além de fazerem parte das redes em questão, a maioria está envolvida em experiências que congregam organizações da sociedade civil, movimentos sociais e instituições públicas em torno de temas que envolvem a agricultura familiar e o abastecimento de alimentos orgânicos. Esse elemento ganha relevância no contexto de apropriação das dinâmicas comerciais pelos agricultores, pois a partir desses espaços coletivos em que participam é que foram identificadas as necessidades em torno do abastecimento dos alimentos que levaram ao diálogo com a GiraSol e mobilizaram reciprocidades. A partir daí foram gestadas as práticas de comercialização solidárias e que incidem nas redes de forma mais ampla, pois além de fortalecer os CCC no abastecimento dos alimentos, geram empoderamento dos agricultores em etapas além daquelas em que atuam nos circuitos longos e com inúmeros intermediários.

A relação de proximidade da GiraSol e os grupos de agricultores resulta em decisões democráticas tomadas em rede pelos atores urbanos e rurais, o que se expressa pela relação estabelecida entre a CC e a cooperativa de produção COOMAFITT. Ambas as cooperativas articulam o abastecimento dos alimentos desde a origem da CC. Posteriormente, ambas entraram para a RedeCoop. Com a posterior participação da GiraSol na Rede RESF, houve a

articulação para que a COOMAFITT também fizesse parte desta rede e recebesse recursos para investimento em uma câmara fria. A partir das decisões coletivas realizadas nos diálogos entre as organizações e as redes (RedeCoop e RESF), ambas as cooperativas escolheram criar um Centro de Distribuição de alimentos, que envolve a aquisição da câmara fria pela COOMAFITT e a gestão realizada pela GiraSol, em Porto Alegre. Dessa forma, a COOMAFITT e a GiraSol criaram um espaço de comercialização que serve de apoio logístico para as organizações de agricultores que fazem parte da rede de comercialização em que participam, onde são organizadas distribuições de alimentos para outros mercados, doações para grupos em situação de vulnerabilidade social e o estoque da loja da GiraSol. A parceria é expressa na fala da gestora da Coomafitt:

Nós contribuimos com a câmara fria para eles conseguirem implementar o Centro de Distribuição. Antes disso, contribuimos no processo de juntar pessoas e relatos de experiência das mulheres da Coomafitt para que eles também conseguissem criar o projeto com a RESF e conseguissem a verba. A câmara fria veio para a Coomafitt, em nome do grupo de mulheres, mas sabíamos que seria bom para nós e também para as outras cooperativas que eles fazem parcerias. (Gestora da Coomafitt 01).

Ainda na relação entre GiraSol e Coomafitt, houve a criação de um projeto conjunto de abastecimento alimentar por *e-commerce* no litoral, território em que está localizada a cooperativa de produção, intitulado Projeto Verão - FITT *Delivery*. O projeto nasceu da demanda da Coomafitt por mercados durante a pandemia e a dificuldade em criar um site para a comercialização, sendo que a partir do diálogo próximo entre gestores da GiraSol e Coomafitt, identificou-se a possibilidade de utilizar a plataforma de vendas da GiraSol. Dessa forma, houve um processo de aprendizagem por parte dos agricultores da Coomafitt para o abastecimento por *e-commerce*, pois foram realizadas reuniões e adaptações do modelo para as condições locais, em parceria com a GiraSol:

A GiraSol foi grande parceira na demonstração do sistema que criaram para eles. Perguntávamos qual plataforma utilizam, quem ajuda vocês, como montam as cestas? Começamos esses processos com eles, que nós nunca tínhamos feito. A gente tem grande parceria nisso. Eles têm muita experiência nesse ramo de *delivery*, tem o processo na mão, então nos ajudam, compartilharam experiências. É esse processo de conhecimento e também, como eles já tinham o site e nós passamos os primeiros meses sem feira, para nós foi muito importante. Os agricultores não tiveram que correr atrás para não perder a produção. Hoje é bom para nós e para eles, por que trazemos os produtos da GiraSol e parceiros para venda no litoral e levamos os nossos para a capital toda a semana. (Gestora da Coomafitt 01).

Nesse formato de abastecimento, a GiraSol atua como uma intermediária que auxilia os agricultores, inserindo-os em mercados mais justos e ampliando a apropriação das dinâmicas comerciais por eles. Essas experiências incidem tanto sobre o acesso aos mercados pelas famílias individualmente, quanto para o contexto de organizações e redes de uma forma mais ampla, pois são decisões democráticas tomadas a partir da ação coletiva e que mobilizam reciprocidades. Isso proporciona também o acesso a alimentos orgânicos da agricultura familiar agroecológica para os consumidores finais, pois ocorre a ampliação da comercialização desses alimentos a preços justos.

3.5 A EMERGÊNCIA DE PRÁTICAS CIDADÃS NAS DINÂMICAS COMERCIAIS EM REDE A PARTIR DAS COOPERATIVAS DE CONSUMO ESTUDADAS

Nos cenários estudados, notamos que as CC são espaços férteis para a mobilização de narrativas e formas de cidadania entre os atores do consumo e da produção, as quais são materializadas por meio de práticas cidadãs de comercialização que buscam estabelecer um abastecimento com maior base social em RCA. As RCA no entorno das cooperativas são formadas por organizações cooperativas e associativas de produção, de forma articulada com as redes da agricultura familiar e economia solidária (RedeCoop e Rede Ecovida de Agroecologia, RESF) a que pertencem, assim como com o apoio de uma organização sem fins lucrativos em cada território (ONG Centro Ecológico e a OSCIP Guayí) e outras redes integradas (movimentos sociais, sindicatos, universidades, dentre outros).

O quadro 6 descreve as práticas cidadãs de comercialização identificadas conforme as características centrais dos CCC – qualidade, confiança e proximidade entre os envolvidos, tanto na produção, quanto na gestão e abastecimento dos alimentos orgânicos da agricultura familiar agroecológica.

Quadro 6 Práticas cidadãs de comercialização nas RCA estudadas

Promoção de CCC e agroecologia	Práticas cidadãs de comercialização nas CC estudadas
Garantia de produtos com qualidade agroecológica (agrobiodiversidade e localidade)	COOPET E GIRASOL: – Agrobiodiversidade *Escoar a diversidade de produção e excedentes conforme sazonalidade; – Localidade: *Valorizar a cultura, paisagem e identidade local/regional; *Adquirir a maioria dos alimentos de produtores da região; *Mobilizar discursos de valorização da agricultura familiar local/regional;
Maior proximidade entre	COOPET E GIRASOL: *Construir vínculos de confiança, amizade e solidariedade com organizações da AF local,

agricultor e consumidor	<p>desde a origem;</p> <ul style="list-style-type: none"> *Aproximar-se de organizações de apoio (ONG, OSCIP, demais redes integradas) à AF e participar de decisões democráticas em rede; *Dialogar sobre objetivos comuns entre agricultores e cooperativa (cortar as cadeias exploratórias, aproximar produtores e consumidores e gerar acesso ao alimento agroecológico); *Realizar oficinas e/ou dialogar sobre planejamento de produção; *Atuar como ponte entre agricultores e o consumidor final, comunicando atributos de qualidade dos alimentos; *Utilizar ferramentas de comunicação para aproximar agricultores e consumidores (redes sociais, vídeos e/ou informativos); *Realizar visitas nas propriedades rurais; *Realizar campanhas de conscientização na loja sobre temas relacionados à agroecologia, alimento orgânico, economia solidária etc; <p>COOPET:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Realizar campanhas do meio ambiente para escolas mobilizando atores do agroalimentar das redes e promover a Feira da biodiversidade anual; *Realizar encontros anuais entre os associados (consumidores e agricultores); <p>GIRASOL:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Compartilhar e construir coletivamente a tecnologia de plataforma de vendas (FIT T <i>Delivery</i>) junto aos agricultores no litoral; *Apoiar a construção de um Ponto de Cultura e Armazém para os quilombolas da COOPTRAM;
Mecanismos de credibilidade e confiança pela organização social e participação coletiva	<p>COOPET E GIRASOL:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Incentivar a participação de agricultores por meio de diálogo e decisões conjuntas em rede; *Incentivar e valorizar a certificação participativa; *Facilitar processos de estruturação comercial e autonomia para grupos da AF através de redes de apoio; *Apoiar os agricultores nas dificuldades enfrentadas, como na criação de outros formatos de comercialização (e-commerce e/ou vendas por <i>WhatsApp</i>) durante a pandemia; *Gerar segurança na venda e otimizar o deslocamento dos agricultores em rede; *Gerar relação de confiança no crescimento conjunto entre cooperativa e agricultores; *Inserir e consolidar os agricultores nos mercados agroecológicos; *Construir preços junto aos agricultores e de forma justa; <p>COOPET:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Associar consumidores e agricultores, de forma que estes priorizem compra e venda na cooperativa; *Integrar o circuito de comercialização da Rede Ecovida e apoiar trocas de produtos entre o Núcleo Litoral Solidário e o Núcleo Serra; *Escoar alimentos em transição agroecológica; <p>GIRASOL:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Destinar espaço físico para viabilizar a logística de abastecimento dos agricultores para outros mercados (Centro de Distribuição); *Promover a maior participação das mulheres agricultoras, realizando oficinas pela Rede RESF.

Fonte: Pesquisa de campo, elaboração própria (2021)

As CC se inserem como organizações cooperativas que se articulam numa rede com outras organizações e possuem origem na construção coletiva com as organizações da agricultura familiar, ocorrendo uma gestão participativa do abastecimento agroalimentar. A principal conexão entre as CC e as organizações da RCA se dá em torno da aproximação com a agricultura familiar para o fornecimento de alimentos saudáveis e orgânicos certificados, na

maioria dos casos, em quantidade e qualidade suficiente para abastecer as lojas que permanecem abertas diariamente. Dessa forma ocorre a ampliação do acesso aos alimentos da agricultura familiar agroecológica, os quais chegam aos consumidores finais por meio de CCC e RCA que possibilitam proximidades e confiança entre produtores e consumidores. Isso gera preços justos para ambos e incide em dinâmicas de solidariedade, reciprocidade, democracia e cidadania agroalimentar nos territórios (RENTING *et al.*, 2012).

A partir das proximidades mobilizadas pelos CCC, as práticas cidadãs de comercialização mostraram-se como um misto de trocas monetárias e reciprocidades, articuladas com diferentes intensidades e perfis em cada CC. Em ambas foi mobilizada a construção de confiança, característica dos CCC (DAROLT *et al.*, 2016), tanto para os consumidores no que diz respeito ao acesso aos alimentos de qualidade e origem conhecida, quanto para os agricultores no escoamento garantido dos produtos e na apropriação nas dinâmicas comerciais em redes.

Para os agricultores familiares agroecológicos, essas dinâmicas comerciais cidadãs possibilitam o acesso a mercados por meio de CCC, com a atuação das CC como intermediárias que auxiliam em processos abastecimento dos alimentos orgânicos e geram maior autonomia dos agricultores nos mercados em relação aos circuitos convencionais. As práticas construídas no escopo das CC beneficiam as organizações de produção e consumo ao ampliar o abastecimento, com maior participação e gestão coletiva do sistema alimentar, onde os cidadãos se fortalecem na ação coletiva mais do que quando em ações individuais (HASSANEIN, 2003). Esses resultados estão de acordo com aqueles que aparecem como centrais para a conformação de RCA, pois contribuem para a incorporação de novos discursos e práticas que constroem capacidades e aprendizagem social por parte da sociedade civil perante os mercados, baseados em valores (formais e informais) usualmente vinculados aos alimentos agroecológicos, locais e sazonais, com maior acessibilidade e preços justos (RENTING *et al.*, 2012).

O aspecto da ação coletiva cidadã em torno do abastecimento dos alimentos é uma característica importante das CC, pois é a organização do consumo junto à organização da produção e abastecimento que permitem a eliminação de intermediários oportunistas, a partir do diálogo entre os elos da produção e consumo e os diversos atores das redes em torno do alimento. Nesse processo foram gerados diálogos e problematizações entre os atores sociais, originando a Coopet e a GiraSol, e ampliando a comercialização dos alimentos em redes que

incluem grupos de consumidores e uma diversidade de organizações de agricultores, além de entidades de apoio.

Os estudos relativos à comercialização em circuitos curtos indicam que esses mercados contribuem para gerar maior diversificação produtiva (PUGAS; ROVER, 2021), elemento que aparece como central para a avaliação da sustentabilidade agroecossistêmica no escopo da agroecologia (ROVER; RIEPE, 2015). A organização coletiva da aproximação entre produção e consumo nas CC potencializa o aspecto agroecológico desses mercados, pois a partir da organização em redes os agricultores conseguem produzir os alimentos conforme a aptidão e sazonalidade, que posteriormente são complementados com os circuitos de circulação dos produtos de outras famílias e grupos. A ampliação da diversidade de alimentos comercializada se torna possível pelo diálogo entre os atores sociais em RCA, que no que se refere aos produtos identificam as demandas e organizam a oferta. Isso se materializa nas práticas de comercialização voltadas para a diversificação da demanda (valorização da agrobiodiversidade e localidade dos alimentos) (Quadro 6). Por exemplo, torna-se possível para o consumidor de Porto Alegre acessar o arroz orgânico produzido em Viamão pelo Assentamento Filhos de Sepé do Movimento Sem Terra (MST), os citros produzidos na região do Vale do Caí pela Henz Orgânicos e as maçãs produzidas na Serra gaúcha pela Cooperativa Aecia de agricultores ecologistas, produtos orgânicos da agricultura familiar, que percorrem menos de 200 km para chegar à CC GiraSol.

A aproximação entre CC e produtores, e a interação com as redes faz com que as CC estejam próximas das dificuldades enfrentadas pelo elo da produção no abastecimento dos alimentos. Esse é o caso da proximidade gerada entre ambas as CC com as redes de comercialização, que durante a pandemia tiveram dificuldade em escoar os produtos devido à falta de mercado institucional. Em ambos os casos houve a responsabilidade coletiva sobre o gargalo gerado pela crise sanitária da Covid19, fazendo com que os atores envolvidos, produtores, gestores e consumidores finais, se dedicassem para a ampliação de formas de venda online (ex. Coopet na venda via *WhatsApp*, e Girasol e Comafitt via *FITT Delivery*), contribuindo para a solução tanto do problema do escoamento quanto do consumo dos alimentos saudáveis. Essa característica de uma aproximação em rede entre consumo e produção, que gera a criação de estratégias para adequação e reformulação conforme o contexto para a solução de problemas comuns, é o ponto chave tanto dos CCC (DAROLT *et al.* 2016), quanto das diversas RCA que podem ser mobilizadas nos territórios (RENTING *et al.*, 2012; ESCOSTEGUY, *et al.*, 2019; MIRANDA, *et al.*, 2020; SOUZA, *et al.*, 2021). É

interessante notar que as soluções inovadoras geradas no contexto da pandemia para o abastecimento nas CC foram reativas à falta de propostas por parte do Estado, fazendo com que os atores se apropriassem do sistema agroalimentar e criassem outras formas para ampliar o abastecimento dos alimentos saudáveis no contexto de crise.

Para Loconto *et al.* (2018), as aproximações em rede permitem um maior envolvimento e participação dos consumidores no abastecimento. Os consumidores e os agricultores passam por processos de aprendizados e relações de reciprocidade, como observado nas CC, em que há maior apropriação cidadã perante a gestão e mobilização dos novos projetos alimentares (O'HARA; COLEMAN, 2017; LOCONTO *et al.*, 2018; PEREZ-CASTILLO, 2021; RENTING *et al.*, 2012). Podemos citar tanto a conformação de um centro de distribuição da GiraSol, o qual contribuiu para o escoamento dos produtos dos agricultores familiares das redes para outros mercados da região metropolitana de Porto Alegre, quanto a utilização coletiva do espaço da Coopet para a criação da cooperativa de produção Econativa, que funcionou em espaço compartilhado até que fosse possível operar em outro local. São elementos que ampliam o consumo e a produção dos alimentos orgânicos a partir dos aprendizados e apropriações cidadãs nas dinâmicas comerciais geradas em redes, indo além de aspectos mercantis.

As práticas cidadãs mobilizadas a partir da Coopet mostraram-se relevantes para a incidência das ações em rede em um contexto social mais amplo, visto que a cidadania agroalimentar dos sócios e demais atores envolvidos incidiu sobre a diminuição do uso de agrotóxicos no entorno de Três Cachoeiras ao apoiarem a transição agroecológica dos agricultores familiares. Essa organização coletiva e cidadã em torno do alimento possibilitou que muitas famílias permanecessem no campo, demonstrando a relação entre as práticas comerciais – de compra do alimento agroecológico (sem certificação) – com as práticas de reciprocidade – a proximidade relacional e a confiança, por parte dos sócios, que permitiram a consolidação das famílias produtiva e comercialmente.

Nesse sentido, as práticas cidadãs criadas coletivamente na interação e cooperação entre os atores envolvidos no abastecimento, contribuem tanto para a conformação de CCC baseados em maior justiça e democracia alimentar, quanto para a apropriação cidadã em redes que fortalecem a agricultura familiar agroecológica e auxiliam a gerar escala no abastecimento dos alimentos orgânicos. São elementos que demonstram uma inter-relação e intercooperação entre agricultores e consumidores, em torno da promoção de circuitos de comercialização que permitem aos consumidores acesso a alimentos saudáveis e

diversificados, ao mesmo tempo em que auxiliam as organizações de agricultores a obter mercados, além de gerar trocas e aprendizados entre redes e organizações.

Identificamos mecanismos de governança alimentar da sociedade civil, onde ocorre a criação de estratégias coletivas em torno do abastecimento alimentar, gestadas a partir dos diálogos entre CC, agricultores e entidades de apoio nos territórios; decisões coletivas entre agricultores, consumidores e redes; criações de novos projetos alimentares coletivos (Coopet-Econativa, GiraSol-Commafitt); incentivo à participação, trocas e comercialização em rede pelos agricultores (Ecovida, RESF, RedeCoop); agricultores e consumidores como sócios da Coopet; incidência política na conscientização de consumidores a partir das CC, mobilizando agricultores (Feira da biodiversidade na Coopet; forte atuação nas mídias sociais da GiraSol); aprimoramento produtivo e logístico dos agricultores; dentre outros. Esses mecanismos têm o potencial de gerar inovações no escopo dos circuitos curtos (ROVER; DAROLT; 2021) e contribuem para a valorização socioambiental e econômica dos territórios rurais.

De acordo com o olhar de Santos (2002) para a democracia participativa, nos parece que as CC estudadas se aproximam de uma democracia de alta intensidade, pois possuem a característica da organização e participação coletiva, e incluem de forma justa camadas populares de organizações de agricultores para o abastecimento, ainda que mesquem a participação mais ativa de gestores e agricultores com o baixo envolvimento dos consumidores finais. A própria distribuição da tomada de decisão em rede, com outros atores organizacionais, já amplia a densidade democrática praticada nas CC, ou seja, amplia a participação cidadã na gestão do abastecimento alimentar.

A amplitude e a intensidade das ações coletivas de gestores e agricultores parecem variar de acordo com a conformação das RCA em cada território, podendo representar maior ou menor engajamento em uma ação além do abastecimento alimentar, para alcançar dimensões políticas e de criação de novos formatos organizativos, na perspectiva da cidadania plena e da igualdade sugeridas por Santos (2002). Notamos que as CC são resultado dos mecanismos de governança criados pelos atores sociais em torno do agroalimentar, que representam decisões democráticas e coletivas para a criação dos formatos de abastecimento adequados para cada território. São a partir das proximidades, essenciais para os CCC, que é mobilizada a cidadania agroalimentar. No caso da Coopet, o envolvimento da igreja, movimentos sociais, organizações de agricultores, entidades de apoio e Ecovida, culminou no fortalecimento da produção e consumo dos alimentos orgânicos no município de Três Cachoeiras e região, a partir da descentralização da oferta de alimentos, através da RCA

formada que mobiliza principalmente a proximidade geográfica e relacional entre os atores. No caso da GiraSol, a origem e a retomada da CC se deu em diálogos com as organizações de agricultores, movimentos sociais, entidades de apoio e, mais recentemente, Rede RESF e RedeCoop, o que reverbera na gestão de novos processos para o abastecimento dos alimentos, buscando gerar autonomia dos agricultores familiares agroecológicos no processo de interação com os mercados, mobilizando principalmente a proximidade informacional. São as RCA no entorno das CC, essencialmente, que permitem as trocas não monetárias e a apropriação cidadã nas dinâmicas comerciais, o que contribui para a revalorização dos territórios rurais, potencializando a economia e cultura local, e os valores socioambientais associados.

3.6 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

As CC estudadas contribuem para gerar apropriação cidadã pelos AFA em torno do abastecimento dos alimentos orgânicos, pois articulam proximidades entre coletivos de consumidores e de agricultores em RCA. Isso ocorre a partir de interações nas redes da agricultura familiar e economia solidária e com o apoio de diversas organizações e instituições. Identificamos que as práticas cidadãs de comercialização expressam formas de apropriação cidadã pelos agricultores, articulando trocas mercantis com mecanismos de reciprocidade. Essas dinâmicas ocorrem, pois as CC representam formatos institucionalizados e participativos de governança, sendo resultado de um amadurecimento dos grupos de produção e consumo envolvidos e de um estágio mais avançado na comercialização agroecológica.

As práticas identificadas contribuem para a produção, abastecimento e acesso a produtos agroecológicos e orgânicos, incluindo aspectos relacionados à agrobiodiversidade e localidade dos alimentos, estando diretamente ligadas com a construção de proximidade e confiança junto aos agricultores, organizações e instituições, características importantes dos CCC formados pelas CC.

No caso da Coopet, a maior proximidade relacional entre consumidores e agricultores em nível de comunidade permitiu impactos positivos da cidadania agroalimentar no território de Três Cachoeiras/RS de forma mais ampla, com a permanência das famílias no campo, a redução do uso de agrotóxicos, o debate do consumo consciente nas escolas e ampliação da pauta ambiental por meio de feiras e outros espaços gestados pelos sócios. No

caso da GiraSol, o predomínio da proximidade informacional devido a característica metropolitana de Porto Alegre/RS permitiu que a CC criasse inúmeras parcerias por meio do diálogo com os gestores das organizações de agricultores, como a ampliação da rede RESF e RedeCoop, a criação de um Centro de Distribuição e parcerias para o fortalecimento do *e-commerce* da cooperativa de produção Commafitt.

As CC constroem links com os movimentos sociais de agricultores e outras organizações/instituições, unindo os territórios rural e urbano em torno do alimento e se constituindo como espaços férteis para experimentação de novos projetos alimentares que ampliam a apropriação cidadã – com formatos de comercialização mais participativos e solidários, mobilização de ação coletiva para o consumo, apoio com tecnologias e informação para o *e-commerce*, criação de projetos que fortaleçam a autonomia das mulheres agricultoras e grupos menos visibilizados e a inserção dos agricultores nas redes solidárias. Nesse sentido, gestores e agricultores constroem vínculos de confiança, amizade e solidariedade com organizações da agricultura familiar local e atores sociais das redes integradas, o que resulta em dinâmicas que contribuem para a revalorização dos territórios rurais, potencializando a economia e cultura local, e os valores socioambientais associados.

Os principais desafios identificados para a expressão da cidadania agroalimentar estão envolvidos com a dificuldade das CC em mobilizar a participação dos consumidores finais. Recomenda-se que esse aspecto seja aprofundado em pesquisas futuras, visto que este estudo esteve voltado para a investigação dos impactos das CC para o elo da produção. Além disso, destacamos o fato de que ambas as CC relataram a sobrecarga do núcleo gestor de consumidores. Isso impacta diretamente na expressão da cidadania agroalimentar, pois a durabilidade das experiências parece estar vinculada a um compromisso mútuo de todo o coletivo de sócios. Entretanto, notamos que a Coopet mantém a estratégia de recolher uma mensalidade dos sócios que permite cobrir os custos operacionais e garante o funcionamento da cooperativa, ainda que a participação de alguns consumidores seja reduzida. Por outro lado, a GiraSol recentemente estabeleceu nova dinâmica de sociedade, onde os consumidores pagam 1 real a quota parte e não há necessidade de envolvimento nas dinâmicas de gestão. Nesse caso, a expressão da cidadania agroalimentar poderia tornar-se reduzida no longo prazo frente à menor participação dos consumidores, visto que a CC recentemente retomou as atividades após passar por um período de crise relacionado à baixa participação do quadro social.

As experiências estudadas nessa pesquisa poderiam ser potencializadas a partir de políticas públicas que incentivassem a inclusão produtiva dos agricultores e o envolvimento de mais consumidores no abastecimento local, multiplicando a tecnologia social de CC em diversos territórios. Frente ao desafio da inclusão produtiva, as PP poderiam atuar no incentivo a comercialização para os produtos em transição agroecológica que não possuem espaço nos mecanismos convencionais de mercado, valorizando assim o produto direto do produtor, as características locais das comunidades, como as tradições, o modo de vida, a valorização do saber-fazer, o cuidado com a paisagem, etc. Por outro lado, essas características e informações sobre as externalidades positivas da produção agrícola familiar poderiam ser promovidas para atrair consumidores que buscam maior confiança no sistema agroalimentar. A partir daí, agricultores e consumidores poderiam criar CC que estimulassem a autonomia dos agricultores e promovessem expressões de cidadania agroalimentar adaptadas ao contexto local, ampliando o acesso aos alimentos orgânicos à população urbana e rural.

4 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS DA DISSERTAÇÃO

Nesse estudo tratamos de melhor compreender o abastecimento de alimentos orgânicos da agricultura familiar agroecológica a partir de duas cooperativas de consumo localizadas no Rio Grande do Sul (Coopet e GiraSol). Buscamos compreender os espaços coletivos de comercialização a partir dos mercados agroalimentares, baseados na sua construção social e nas relações que se estabelecem entre os atores sociais e as redes em que estão inseridos, dando enfoque para a participação da sociedade civil na organização do abastecimento alimentar. A partir daí, orientamos a pesquisa partindo da pergunta: qual a contribuição das cooperativas de consumo (CC) para a geração de mercados e fortalecimento do sistema agroalimentar (ou RCA) que valorizem a agricultura familiar agroecológica?

As CC Coopet e a GiraSol, enquanto formatos de negócios para a agricultura familiar, se mostraram como resultado de um amadurecimento e um estágio mais avançado na comercialização agroecológica. A trajetória de estruturação produtiva e comercial dos grupos de produção e consumo no RS culminou na necessidade de diversificação dos canais comerciais e na criação das CC como formatos institucionalizados e mais participativos de governança. Além do êxito devido ao longo período de funcionamento das experiências (Coopet – desde 1999; GiraSol – desde 2006), esses modelos de comercialização mostraram-se com potencial de disseminação, pois são oportunos diante da desconfiança do elo do consumo frente ao sistema alimentar globalizado, expandindo a cidadania em rede e a ampliação do acesso aos alimentos orgânicos.

No primeiro artigo demonstramos que as CC estudadas possuem trajetórias de proximidade junto a grupos de agricultores familiares agroecológicos em torno do acesso aos alimentos orgânicos em CCC. Essa proximidade gera diversas interações entre a produção e o consumo de alimentos, muito focadas na gestão do abastecimento alimentar de base social, buscando construir socialmente os mercados em dinâmicas de solidariedade que permitem o acesso aos orgânicos e agroecológicos a preços justos, tanto por consumidores quanto por agricultores.

Ambas as CC promoveram os três tipos de proximidades associados aos CCC (geográfica, relacional e informacional), variando quanto à graduação e centralidade conforme contextos e estratégias priorizadas para o abastecimento. A Coopet destacou-se por articular forte proximidade geográfica e relacional entre famílias de agricultores e

consumidores sócios, devido aos vínculos comunitários que são fortalecidos no contexto de ruralidade em que se insere. A GiraSol, por outro lado, destacou-se por articular principalmente a proximidade informacional em um contexto urbano e metropolitano, de forma compensatória a menor proximidade geográfica e relacional. Ainda que importantes, os elementos geográfico e relacional mostraram-se menos centrais para a GiraSol, sendo por vezes estabelecido o abastecimento espacialmente estendido e uma relação entre gestores da CC e das organizações da agricultura familiar. Em suma, ambas as CC mostraram-se como espaços férteis para a geração de ações cidadãs que potencializam a agricultura familiar agroecológica e ampliam o abastecimento dos alimentos orgânicos.

As análises permitem indicar que as cooperativas geraram alguns afastamentos entre produtores e consumidores na intermediação. Exemplos de afastamentos foram a falta de contato direto entre produtores e consumidores finais, no caso da GiraSol, estando este vinculado aos gestores das cooperativas de consumo e gestores do elo da produção. Da mesma forma, apesar de historicamente ocorrerem encontros entre produtores e consumidores finais na Coopet, notamos certa acomodação por parte dos envolvidos e a redução desses encontros, principalmente devido ao período de pandemia e o contentamento com as dinâmicas já estabelecidas para o abastecimento. Porém, na maioria dos casos investigados predominou algum tipo de proximidade e foi notada a predominância de relações de cooperação em espaços econômicos mais autônomos e justos para os produtores, assim como mecanismos de credibilidade, confiança e preços justos a consumidores e produtores. Por fim, as CC estudadas mostraram-se como espaços de comercialização importantes para os produtores, pois geram renda relevante para a maioria dos grupos, valorizam a sazonalidade e agrobiodiversidade da produção e constroem preços coletivamente.

A partir do segundo artigo, mostramos que as CC estudadas contribuem para gerar apropriação cidadã pelos agricultores familiares agroecológicos em torno do abastecimento dos alimentos orgânicos, pois articulam proximidades entre coletivos de consumidores e de agricultores em RCA. Isso ocorre a partir de interações nas redes da agricultura familiar e economia solidária e com o apoio de diversas organizações e instituições (organizações cooperativas e associativas de produção, redes, ONGs em cada território, além de movimentos sociais, sindicatos e universidades). Identificamos práticas cidadãs de comercialização que expressam formas de apropriação cidadã pelos agricultores, articulando trocas mercantis com mecanismos de reciprocidade.

No caso da Coopet, a maior proximidade relacional entre consumidores e agricultores permitiu impactos positivos da cidadania agroalimentar no território de Três Cachoeiras/RS de forma mais ampla, com a permanência das famílias no campo, a redução do uso de agrotóxicos, o debate do consumo consciente nas escolas e ampliação da pauta ambiental por meio de feiras e outros espaços gestados pelos sócios. No caso da GiraSol, o domínio da proximidade informacional permitiu que a CC criasse inúmeras parcerias por meio do diálogo com os gestores das organizações de agricultores, como a ampliação da rede RESF e RedeCoop, a criação de um Centro de Distribuição e parcerias para o fortalecimento do *e-commerce* da cooperativa de produção Commafitt.

Os resultados dessa pesquisa demonstram que por meio da conformação de CCCs e da apropriação cidadã pelos agricultores de dinâmicas comerciais em RCAs, indo muitas vezes além de aspectos mercantis, as CC têm cumprido com a finalidade de organizar o abastecimento dos orgânicos a preços acessíveis e valorizar a agricultura familiar agroecológica nos territórios. Foi possível concluir que as interações entre agricultores, consumidores e outros atores sociais envolvidos nesse formato de canal de abastecimento, a partir da criação das lojas coletivas, permitem mobilizar noções importantes para os circuitos curtos como a proximidade e a confiança entre agricultores e consumidores, e a qualidade associada ao alimento agrobiodiverso e local ou regional, características que se fortalecem devido à noção de coletividade, compartilhamento de valores e objetivos comuns gerados pelas RCA identificadas. A partir dessas interações, os gestores criam dinâmicas organizativas que contribuem para solucionar os problemas comuns enfrentados no abastecimento, aproximando agricultores e por vezes criando novas narrativas e novos projetos alimentares compartilhados pelo consumo e a produção dos alimentos que contribuem para a democratização e soberania alimentar.

Nesse sentido, as CC se constroem em cima de links com os movimentos sociais de agricultores e as instituições envolvidas, como é o caso da GiraSol e o forte vínculo com a Rede de Economia Solidária e Feminista – RESF (urbana e rural) e a OSCIP Guayí. Da mesma forma, ocorre o vínculo da Coopet com a Rede Ecovida de Agroecologia no território e a parceria com a ONG Centro Ecológico. Nesse sentido, unem pautas do rural e urbano em torno do alimento e se constituem como espaços férteis para a experimentação de novas formas de pensar sobre questões relacionadas ao agroalimentar, resultando nas novas formas

de apropriação cidadã pelos AFA em torno do abastecimento. É justamente no aspecto da união entre campo e cidade em RCA que as CC manifestam o potencial de contribuir para uma maior fidelização dos consumidores, gerando estabilidade e segurança para os produtores no mercado frente aos mercados seletivos dos orgânicos. Diante da comercialização em CCC e do envolvimento em dinâmicas de redes, cooperativas e associações, identificamos que ocorrem processos de aproximação entre gestores e organizações da AF, gerando formas de apropriação cidadã pelos AFA sobre o alimento que resultam na valorização da AF agroecológica.

Como vimos, as CC estudadas dependem da cooperação entre organizações da sociedade civil e formam circuitos relevantes para a emancipação de produtores e consumidores em relação ao sistema agroalimentar dominante, pois contribuem efetivamente para a construção de alternativas para o abastecimento de alimentos orgânicos em redes. Isso potencializa o aspecto agroecológico desses mercados, pois permite a cooperação entre os grupos de produtores para gerar escala no abastecimento e cidadania agroalimentar, além de contribuir principalmente na geração de uma demanda organizada.

Os principais desafios identificados para a expressão da cidadania agroalimentar estão envolvidos com a dificuldade das CC em mobilizar a participação dos consumidores finais. Recomenda-se que esse aspecto seja aprofundado em pesquisas futuras, visto que este estudo esteve voltado para a investigação dos impactos das CC para o elo da produção. Além disso, destacamos o fato de que ambas as CC relataram a sobrecarga do núcleo gestor de consumidores. Isso impacta diretamente na expressão da cidadania agroalimentar, pois a durabilidade das experiências parece estar vinculada a um compromisso mútuo de todo o coletivo de sócios. Entretanto, notamos que a Coopet mantém a estratégia de recolher uma mensalidade dos sócios que permite cobrir os custos operacionais e garante o funcionamento da cooperativa, ainda que a participação de alguns consumidores seja reduzida. Por outro lado, a GiraSol recentemente estabeleceu nova dinâmica de sociedade, onde os consumidores pagam 1 real a quota parte e não há necessidade de envolvimento nas dinâmicas de gestão. Nesse caso, a expressão da cidadania agroalimentar poderia tornar-se reduzida no longo prazo frente à menor participação dos consumidores, visto que a CC recentemente retomou as atividades após passar por um período de crise relacionado à baixa participação do quadro social.

As experiências estudadas nessa pesquisa poderiam ser potencializadas a partir de políticas públicas que incentivassem a inclusão produtiva dos agricultores e o envolvimento

de mais consumidores no abastecimento local, multiplicando a tecnologia social de CC em diversos territórios. Frente ao desafio da inclusão produtiva, as PP poderiam atuar no incentivo a comercialização para os produtos em transição agroecológica que não possuem espaço nos mecanismos convencionais de mercado, valorizando assim o produto direto do produtor, as características locais das comunidades, como as tradições, o modo de vida, a valorização do saber-fazer, o cuidado com a paisagem, etc. Por outro lado, essas características e informações sobre as externalidades positivas da produção agrícola familiar poderiam ser promovidas para atrair consumidores que buscam maior confiança no sistema agroalimentar. A partir daí, agricultores e consumidores poderiam criar CC que estimulassem a autonomia dos agricultores e promovessem expressões de cidadania agroalimentar adaptadas ao contexto local, ampliando o acesso aos alimentos orgânicos à população urbana e rural.

A ampliação do escopo de atuação das CC estudadas parece perpassar por dinâmicas de formação junto aos gestores e consumidores finais, assim como os produtores, fortalecendo noções de circuitos curtos e agroecologia e contribuindo para a criação de competências e inovações sociais que sejam locais e adaptadas para os problemas encontrados no abastecimento.

Buscamos com esse estudo contribuir para o fortalecimento da agroecologia e das RCA nos territórios, a partir da compreensão das CC estudadas como espaços de exercício da democracia participativa, onde são incorporados e construídos coletivamente conhecimentos em torno das dimensões sociais e políticas do alimento. Como esta dissertação não pretende esgotar o assunto sobre o tema, algumas sugestões de pesquisas são apresentadas para aprofundar os estudos. Inicialmente sugerimos maior aprofundamento nas questões que envolvem o consumo nessas cooperativas, explorando se e como as práticas cidadãs de comercialização geram maior ou menor fidelização e valorização da agricultura familiar agroecológica por parte do consumidor final. São gerados processos de responsabilização e exercício da cidadania alimentar pelos consumidores finais? A partir daí, parece relevante compreender quais os limites e potencialidades das ações políticas que podem ou não ser geradas em torno do alimento e do consumo. Contudo, a partir do contexto do Sul Global, sugere-se aprofundar nas necessárias discussões sobre inclusão, acesso e direito à alimentação e à agricultura, investigando a produção e a reprodução de desigualdades sociais no abastecimento no escopo das RCA.

REFERÊNCIAS

ARCIDIACONO, D. Promises and failures of the cooperative food retail system in Italy. **Social Sciences**, V.7, n. 11, 2018.

AUBRY, C., & CHIFFOLEAU, Y. Le développement des circuits courts et l'agriculture péri-urbaine: histoire, evolution em cours et questions actuelles. **Innovations agronomiques**, V. 5, p. 53–67. 2009.

BILEWICZ, A.; ŚPIEWAK, R. Enclaves of activism and taste: Consumer cooperatives in Poland as alternative food networks. **Socio. hu**, v. 3, p. 145–166, 2015. DoI: 10.18030/socio.hu.2015en.145

BOMBARDI, L.M. Geografia do Uso de Agrotóxicos no Brasil e Conexões com a União Europeia. **FFLCH**: São Paulo, 2017.

BOULIANNE, M., DESPRÉS, C., MUNDLER, P., PARENT, G., & PROVENCHER, V. Une approche territorialisée Du système alimentaire: le cas de la région de Québec. **Canadian Food Studies/ La Revue canadienne des études sur l'alimentation**, V. 8 n. 1, 2021.

BRANDENBURG, A. Movimento agroecológico: trajetória, contradições e perspectivas. **Desenvolvimento e meio ambiente**, v. 6, 2002. doi: <http://dx.doi.org/10.5380/dma.v6i0.22125>

BRUNORI, G.; BRANCA, G.; CEMBALO, L.; D'HAESE, M.; DRIES, L. Agricultural and Food Economics: the challenge of sustainability. **Agricultural and Food Economics**, v. 8, n. 12, 2020. <https://doi.org/10.1186/s40100-020-00156-2>

BRUNORI, G.; ROSSI, A.; GUIDI, F. On the new social relations around and beyond food. Analysing consumers' role and action in Gruppi di Acquisto Solidale (Solidarity Purchasing Groups). **Sociologia ruralis**, v. 52 n. 1, p. 1–30, 2012.

BRYANT, R.; GOODMAN, M. Peopling the Practices of Sustainable Consumption: eco chic and the limits of the spaces of intention. **Environment, Politics and Development Working Paper Series**. Department of Geography, King's College London, n. 55., p. 1–20, 2013.

CHAFFOTTE, L.; CHIFFOLEAU, Y. Circuits courts et vente directe: définition, typologie et évaluation. **Cahiers de l'Observatoire CROC**, n. 1–2, fév./mar., p. 1–8, 2007.

CADASTRO NACIONAL DOS PRODUTORES ORGÂNICOS. **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**. 2021. <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/organicos/cadastro-nacional-produtores-organicos> Acesso em: 16 de nov. de 2021.

COSTA, C. F. **Ecologia, agricultura e pequena produção: concepções e práticas de uma experiência gaúcha**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1992.

CUCCO, I.; FONTE, M. Local food and civic food networks as a real utopias project. **Socio.hu**, n. 3, p. 22–36, 2015.

DAROLT, M.R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos Ecológicos: reconectando produtores e consumidores, in: Niederle, P.A., Almeida, L., Vezzani, F.M. (Eds.), **Agroecologia: Práticas, Mercados e Políticas Para Uma Nova Agricultura**. Kairós, Curitiba, pp. 139–170, 2013.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Agriculturas**, v. 10, n. 2, p. 8–13. 2016.

DIAS, V.V.; REVILLION, J.P.; TALAMINI, E.. Cadeias curtas de alimentos orgânicos: aspectos das relações de proximidade entre consumidores e agricultores no Brasil. Em: **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar** / orgs. GAZOLLA; SCHENEIDER. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p.241–257, 2017.

DOMINGUES, O.; MARTINS, G. D. A. **O Gerenciamento de categorias no varejo: um estudo de caso da COOP–CC**. SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO FEA/USP, VII, São Paulo, 1-12 2004.

EL KARMOUNI, H. **Le travail Du consommateur pour la miseenplace d’une alternative. Cas du supermarché cooperative La Louve**. 2017. Tese (PhD in Management Sciences), Université Paris–Est. Français. 2017.

EL KARMOUNI, H.; PREVOT–CARPENTIER, M. L’idéal cooperative dans une organization contemporaine. Le cas de la coopérative de La Louve. **RECMA**, n. 340, p. 78–92. 2016. DOI 10.7202/1037404ar

GAZOLLA, M., & SCHNEIDER, S. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p. 9–24, 2017.

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

GIACCHÈ, G.; RETIÈRE, M.. A “promessa da diferença” dos supermercados cooperativos: tornar acessíveis os produtos de qualidade através de cadeias alimentares sustentáveis e democráticas? **Redes, Santa Cruz do Sul**, v. 24, n. 3, p. 35–48, set. 2019. ISSN 1982–6745. Disponível em: <https://doi.org/10.17058/redes.v24i3.14002>.

GOODMAN, D.; GOODMAN, M. Alternativefood networks. **International Encyclopedia of Human Geography**, v. 3, p. 208–220, 2009.

GOODMAN, D. Rural Europe redux: reflections on alternative agro–food networks and paradigm change, **SociologiaRuralis**, vol. 44, n. 1, p. 03–16, 2004.

GOODMAN, D. The quality ‘turn’ and alternative food practices: reflections and agenda. **Journal of Rural Studies**, v. 19, n. 1, p. 1–7, 2003. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/s0743-0167\(02\)00043-8](https://doi.org/10.1016/s0743-0167(02)00043-8)

GUIVANT, J. S. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego–trip. **Ambiente e Sociedade**, v. 6, n.2, p. 63–82, 2003.

GUTHMAN, J. "The trouble with ‘organic lite’ in California: a rejoinder to the ‘conventionalisation’ debate." **Sociologia ruralis**, v. 44, n. 3, pp. 301-316, 2004.

HASSANEIN, N. Practicing food democracy: a pragmatic politics of transformation. **Journal of rural studies**, v. 19, n.1, p. 77–86, 2003.

IBGE. **Censo Agropecuário de 2017**. Disponível em: <https://censos.ibge.gov.br/agro/2017//>. Acesso em: nov. 2021.

IBGE. **Censo Demográfico de 2010**. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/>. Acesso em: out. 2021.

INTERNATIONAL COOPERATIVE ALLIANCE. **Cooperative principles**. Disponível em: < www.ica.coop >. Acesso em: 20 de novembro de 2021.

LIMA, S. K.; GALIZA, M.; VALADARES, A.; ALVES, F. Produção e consumo de produtos orgânicos no mundo e no Brasil. **Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA**. 2019. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_2538.pdf . Acesso em: 23 de Nov. de 2021.

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

KNEAFSEY, M. *et al.* Short food supply chains and local food systems in the EU. A state of play of their socio–economic characteristics. **JRC scientific and policy reports**, n. 123, 2013.

LAMINE, C., DAROLT, M., & BRANDENBURG, A. The civic and social dimensions of food production and distribution in alternative food networks in France and Southern Brazil. **The International Journal of Sociology of Agriculture and Food**, 19(3), 383–401. 2012.

LE VELLY, R. Sociologie dès systèmes alimentaires alternatifs. Une promesse de différence. **Presses des Mines, Paris**. 200 p. 2017.

LOCONTO, A.; JIMENEZ, A.; VANDECANDELAERE, E. 2018. **Constructing markets for agroecology** – An analysis of diverse options for marketing products from agroecology. FAO/INRA, Rome, Italy. 2018.

- LOVATTO, A. B., MIRANDA, D. L. R., ROVER, O. J., & BRACAGIOLI, A. Relacionamento e fidelização entre agricultores e consumidores em grupos de venda direta de alimentos agroecológicos em Florianópolis–SC. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 59, n. 3, p. 1–14, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.227676>
- MALUF, R. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**, v. 25, n. 1, p. 299–322, 2004.
- MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: Exploring their role in rural development. **Sociologia Ruralis**, v. 40, n. 4, p. 424–438, 2000. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00158>
- MÉNDEZ, C. D.; ESPEJO, I. G. La mirada sociológica hacia la alimentación: análisis crítico del desarrollo de la investigación en el campo alimentario. **Política y sociedad**, p. 15-50, 2014.
- MIRANDA, D.L.R. **Redes de cidadania agroalimentar e a construção social do mercado de orgânicos/agroecológicos em Florianópolis – SC**. Tese (Doutorado em Ambiente e Desenvolvimento) – Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, p. 1–138, 2020.
- MONTIEL, M. *et al.* Between FoodEthics, Solidarity and the Social Construction of Alternative Markets. Exploring the Dimensions of Grass roots Food Movements in Spain. Em: **European IFSA symposium Anais**. Vienna, Austria: 4-7 jul. 2010.
- MURDOCH, J., K.; M. T., BANKS, J. Quality, nature, and embeddedness: some theoretical considerations in the context of the food sector. **Economic Geography**, v. 76, n. 2, p. 107–125, 2000.
- NIEDERLE, P.A.; ALMEIDA, L. A nova arquitetura dos mercados para produtos orgânicos: o debate da convencionalização. In: NIEDERLE, P.A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (Org.) **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Rio de Janeiro: Kairós, 2013, p. 23-68. Disponível em: <<http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2013/07/AGROECOLOGIA-praticas-mercados-e-politicas.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2021.
- NIEDERLE, P., LOCONTO, A., LEMEILLEUR, S., DORVILLE, C. Social movements and institutional change in organic food markets: evidence from participatory guarantee systems in Brazil and France. **J. Rural Stud.** 78, p. 282–291, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.06.011>
- O’HARA, J. K.; COLEMAN, C. The impacts of the Farmers Market and Local Food **Promotion programs**. **Community Development**, v. 48, n. 5, p. 681-696, 2017. <https://doi.org/10.1080/15575330.2017.1350729>
- ORGANIS BRASIL. **Organis apresenta crescimento do mercado brasileiro de orgânicos na biofach especial**. 2021. Disponível em: <https://organis.org.br/organis-apresenta-crescimento-do-mercado-brasileiro-de-organicos-na-biofach-especial-2021/>. Acesso em: 23 nov. 2021.

ORGANIS BRASIL. **Panorama do consumo de orgânicos no Brasil. 2019.** Disponível em: <https://organis.org.br/pesquisa-consumidor-organico-2019/>. Acesso em: 23 nov. 2021.

PEREZ-CASTILLO, D. Impact evaluation based on benefit indicators (IEBBI): methodological proposal for agroecological farmers' markets. Sustainability. In: **Sustentabilidade em Debate**, v. 12, n. 2, 2021.

PLOEG, J. D. van der. **Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização.** Porto Alegre: Editora UFRGS, 2008.

PREISS, P. V. **As alianças alimentares colaborativas em uma perspectiva internacional: Afetos, conhecimento incorporado e ativismo político.** Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, p. 1–239, 2017. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=5295169

PORTILHO, F.; BARBOSA, L. A adesão à “causa” rural e da agricultura familiar por consumidores e seus movimentos organizados. Em: Marques, F.C.; Conterato, M.A.; Schneider, S. (org.). **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016, p. 251–273.

PUGAS, A. S.; ROVER, O. J. A comercialização de alimentos orgânicos nas regiões metropolitanas do sul do Brasil: uma análise a partir da diversificação produtiva. Em: DAROLT, M.R.; ROVER, O.J. (org.). **Circuitos Curtos de Comercialização, Agroecologia e Inovação Social.** Florianópolis: Estúdio Sempredo, 2021, p. 46–62.

REDE ECOVIDA DE AGROECOLOGIA. **Como a rede funciona?** Disponível em: <www.ecovida.org.br>. Acesso em: 23 de outubro de 2021.

RENTING, H.; MARSDEN, T. K.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. **Environment and planning**, v. 35, n. 3, p. 393–411, 2003.

RENTING, H.; SCHERMER, M.; ROSSI, A. Building food democracy: exploring Civic Food Networks and newly emerging forms of citizenship. **The International Journal of Sociology of Agriculture and Food**, v. 19, n. 3, 289–307, 2012.

ROSSET, P.; ALTIERI, M. A. **Agroecología: Ciencia y política.** La Paz, Bolívia: FundaciónTierra. 3 ed., p. 153–180. 2018.

ROSSI, A.; BRUNORI, G. As cadeias curtas de abastecimento na inovação dos Grupos de Aquisições Solidárias (GAS): a construção social das práticas alimentares sustentáveis. Em: **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar / orgs.** GAZOLLA; SCHENEIDER. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p.83-104, 2017.

ROVER, O.J. Agroecologia, mercado e inovação social: o caso da Rede Ecovida de Agroecologia. **Ciênc. Soc. Unisinos**, v. 47, pp. 56–63, 2011.
<https://doi.org/10.4013/csu.2011.47.1.06>.

ROVER, O. J.; DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização como inovação social que valoriza a agricultura familiar agroecológica. Em: DAROLT, M.R.; ROVER, O.J. (org.). **Circuitos Curtos de Comercialização, Agroecologia e Inovação Social**. Florianópolis: Estúdio Semprelo, 2021, p. 19–43.

ROVER, O. J., DE GENNARO, B. C., & ROSELLI, L. Social innovation and sustainable rural development: The case of a Brazilian agroecology network. **Sustainability**, v. 9, n. 1, 3. 2016.

ROVER, O. J.; LAMPA, F. M. Rede Ecovida de Agroecologia: articulando trocas mercantis com mecanismos de reciprocidade. **Revista Agriculturas**, v. 10, n. 2, pp. 22-25, 2013.

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, 2016. Disponível em:
<https://doi.org/10.5380/dma.v38i0.41984>

SCHNEIDER, S.; FERRARI, D. L. Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar – o processo de realocação da produção agroalimentar em Santa Catarina. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 17, n. 1, 2015.

SCHULTZ, G. **As cadeias produtivas dos alimentos orgânicos comercializados na feira da agricultura ecológica em Porto Alegre/RS: lógica de produção e/ou de distribuição**. 2001. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, p. 1–192, 2001.

SONNINO, R.; MARSDEN, T. Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe, **Journal of Economic Geography**, v. 6, pp. 181–199, 2006.

SANTOS, B. DE S.. **Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SANTOS, B. de S.; MENESES, M. P. (Orgs.). **Epistemologias do Sul**. São. Paulo; Editora Cortez. 2010.

SANTOS, E.D; DAROLT, M. R. Circuitos de Comercialização de produtos orgânicos e agroecológicos: Análise dos estabelecimentos no varejo de Curitiba - Paraná. Em: DAROLT, M.R.; ROVER, O.J. (org.). **Circuitos Curtos de Comercialização, Agroecologia e Inovação Social**. Florianópolis: Estúdio Semprelo, 2021, p. 19–43.

SASSATELLI, R. Virtue, responsibility and consumer choice: Framing critical consumerism. In: TRENTMANN, F., & BREWER, J. (Orgs.) **Consuming cultures, global perspectives: Historical trajectories, transnational exchanges**. Oxford: Berg Publishers. p. 219-250. 2006.

SOUZA, J. C.; PUGAS, A.S; ROVER, O. J.,; NODARI, E. S. Social innovation networks and agrifood citizenship. The case of Florianópolis Area, Santa Catarina/Brazil. **Journal of Rural Studies**, p.1–10, 2021.

SOUZA, J. Z. C. D. **Comércio solidário na prática: o Núcleo Litoral Solidário da Rede Ecológica de Agroecologia**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, p. 1–181, 2008.

TANAKA, J.; PORTILHO, F. Ambiguidades da politização do consumo. **Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas**, v. 39, n. 2, p. 344-358. 2019.

TREGGAR, A. Progressing knowledge in alternative and local food networks: critical reflections and a research agenda. **Journal of Rural Studies**, v. 27, n. 4, p. 419–430, 2011.

UNITED NATIONS. **Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development**. United Nations. 2015. Disponível em:
https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E

VITTORI, F. **Feeding Cities. The Potential of Sustainable Agriculture for Economic and Social Development**. Tese de doutorado. University of Bergamo – Itália, p. 177, 2019.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar**. Porto Alegre. Editora da UFRGS, 2008.

ZITCER, A. Food Co-ops and the Paradox of Exclusivity. **Antipode**, v. 47 n. 3, pp. 812–828, 2015.

ANEXO – Roteiro de entrevista: organizações e/ou agricultoras/es

TRAJETÓRIA DOS ATORES

1) Dados gerais

Nome, grupo (Cooperativa ou Associação), contato, município, localidade.

2) Produção

O que produz? Tudo agroecológico? Fez transição?

Quais são as motivações para plantar agroecológicos, ser agricultor (a)?

Beneficia os produtos? Onde e como?

Qual a importância de produzir dessa forma?

Do que produz, o que é comercializado e o que fica para o consumo da família?

Quais e em que locais vocês costumam comprar alimentos?

Quem trabalha na propriedade (filhos...)?

3) Grupos

Como surgiu a organização cooperativa/associação/agroindústria?

Faz parte de outras organizações ou grupos (associação, rede de certificação, movimento social, outros)?

Recebe acesso a política pública, assistência técnica? Auxílio do município?

COMERCIALIZAÇÃO E DIFICULDADES

1) Principais canais

Quais são os principais canais de comercialização para os seus produtos (em ordem de importância 1-5)?

() Feira (VD); () Entrega de cestas direto ao consumidor (VDPA); () Cooperativa de consumidores (VD); () Lojas especializadas; () Supermercados; () Restaurantes; () Mercado Institucional (PAA, PNAE); () Atravessadores; () Outros. Quais?

Quais os canais mais seguros (que geram certeza na venda) e que são priorizados pela organização? Numerar em ordem de importância (acima).

COOPERATIVA E DEMANDA RESPONSÁVEL

1) Relação

Como surgiu a relação com a cooperativa de consumo?

Por que vendem produtos para a cooperativa de consumo? Explique.

2) Padrão de qualidade:

Quais produtos comercializam na cooperativa? Existe alguma exigência de padrão de qualidade, qual? Quais as dificuldades em atender demandas da cooperativa? Ex. escala produtiva, padronização nos produtos.

A cooperativa valoriza os alimentos agroecológicos e estimula os produtores a diversificação produtiva e de oferta? Se sim, como?

3) Abastecimento:

A cooperativa comercializa produtos sem certificação (agroecológicos) da organização/agricultor (a) ou todos os produtos possuem certificação? Explique.

Existe diálogo para o aprimoramento logístico das entregas (número de entregas na semana, qualidade dos produtos, manuseio, perdas no transporte, quantidades corretas etc)?

Permite planejamento de produção por parte do grupo?

4) Intermediários: Produto veio direto da unidade produtiva para a loja (caminho percorrido, intermediários)?

5) Transporte: Quem paga os custos do transporte?

6) Preços: vale a pena? Como decidem os preços?

7) Riscos/relação utilitarista:

Quem assume os riscos de perdas de produtos?

Existe alguma garantia de compra por parte da cooperativa que dá segurança na relação comercial?

Privilegia agricultores ou a prioridade é satisfazer as necessidades de consumo dos “clientes”?

8) Relações solidárias

A cooperativa de consumo estimula outras práticas de troca não mercantil de produtos e serviços entre os produtores? () Sim () Não. Se a resposta for sim, quais?

() Fomenta à cooperação e solidariedade; () Dá aporte via projetos; () Socialização de aprendizagens (conhecimento); () Aprendizagem coletiva, interação; () Ajuda no trabalho em processos produtivos; () Outros. Quais?

De maneira geral, a cooperativa de consumo incentiva o comprometimento da organização/agricultor (a) com a agroecologia e dinâmicas solidárias de comercialização?

Está satisfeito (a) com a relação com a cooperativa de consumo? O que poderia melhorar?

A relação com a cooperativa de consumo trouxe mudanças e benefícios? Se sim, quais? Houveram mudanças (gatilhos de transformação)? Ex. relações mais solidárias, decisões conjuntas, maior carga de trabalho, maior autonomia.

INTERAÇÕES PRODUTOR-CONSUMIDOR

1) Proximidades

Possuem proximidade com os dirigentes da cooperativa? E com os sócios e consumidores em geral? Quais? Explique.

() Envolvimento na definição das formas de produção; () Envolvimento na definição da pauta de produtos; () Estritamente no que toca ao consumo; () Outras. Quais?

Existe algum tipo de atividade extra ligada a Cooperativa de consumo? Ex. visitas nas propriedades, palestras, reuniões, vídeoconferências. Sem sim, em quais a organização/agricultor (a) participa?

Em que consiste o compromisso da organização/agricultor(a) com a Coop de consumo?

A organização/agricultor (a) sente que tem autonomia em relação a cooperativa? De que forma são tomadas as decisões?

Os/as produtores/as participam dos encaminhamentos acerca da comercialização de alimentos na Coop de consumo? () Sim () Não. Se sim, como é essa participação? Voto/consenso?

A cooperativa de consumo comunica para os consumidores os atributos de qualidade dos produtos da organização/agricultor (a)? Ex. de alguma forma mostra a conexão com o produtor, o modo de fazer e o lugar, conscientiza o consumidor, sensibiliza.

Cite exemplos de como a cooperativa sensibiliza os consumidores.

Percebe se são efetivas essas comunicações com consumidores em geral sobre os alimentos e a forma como são produzidos?

A cooperativa envolve consumidores além de dirigentes, incentivando a sua participação?

2) Produtores como sócios

O agricultor (a) é sócio da cooperativa de consumo?

O (a) agricultor (a) consome produtos da cooperativa de consumo?

A cooperativa de consumo envolve produtores, incentivando a participação?

REDES DE ATUAÇÃO:1) Motivações

A cooperativa de consumo e organização/agricultor possuem objetivos em comum além da comercialização (solidariedade, agroecologia,...)? Quais e como identificaram esses objetivos compartilhados?

2) Relações

A cooperativa privilegia e incentiva a inserção em formas coletivas/associações ou cooperativas de agricultores?

A cooperativa impulsiona, articula, apoia a atuação da organização/agricultores em REDES?

Tem alguma relação estabelecida entre a organização/agricultor (a) com a cooperativa e políticas públicas, ONGs, etc?