



Agroecologia e venda direta de alimentos orgânicos: estudo de duas experiências de comercialização em Santa Catarina

Agroecology and direct sale of organic food: a study of two marketing experiences in Santa Catarina, Brazil

Edimar Luiz RODE^{1*}, Oscar José ROVER², Cristiano DESCONSI²

¹ Centro de Motivação Ecológica e Alternativas Rurais (CEMEAR), Presidente Getúlio, SC, Brasil.

² Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, SC, Brasil.

* E-mail de contato: edimar.rode91@gmail.com

Artigo recebido em 28 de junho de 2021, versão final aceita em 29 de novembro de 2022, publicado em 24 de agosto de 2023.

RESUMO: Este artigo analisa duas experiências de comercialização direta entre agricultores e consumidores de Santa Catarina, no tocante a valorização do princípio agroecológico da agrobiodiversidade e de elementos-chave dos circuitos curtos de comercialização (CCC). As Cestas Agroecológicas Ecoserra (localizadas na região de Lages) e as Células de Consumidores Responsáveis (CCR) – (na região de Florianópolis) foram analisadas a partir das seguintes categorias: (i) agrobiodiversidade e (ii) proximidade geográfica e relacional. O trabalho faz um estudo de dois casos em que os dados foram coletados através de observação participante, análise de documentos e entrevistas com informantes-chave. Ambas as experiências possuem grande diversidade comercializada, diferindo entre si pelo caráter *in natura* ou processado dos produtos, assim como pela sua origem no território ou de locais mais distantes. As CCR evidenciaram maior proximidade geográfica e relacional, garantindo diversificação de produtos do território e maior participação dos agricultores e consumidores nas dinâmicas geradas. As Cestas Ecoserra trabalham com uma agrobiodiversidade de origem mais distante e menor proximidade relacional entre os atores envolvidos, com pouco engajamento dos consumidores. Concluímos que ambas as experiências têm potencial de crescimento, contudo, no caso da Ecoserra, há espaço para ampliar a valorização de elementos constituintes da agroecologia e dos CCC.

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

ABSTRACT: This article analyzes two direct marketing experiences between farmers and consumers in Santa Catarina, Brazil, regarding the valorization of the agroecological principle of agrobiodiversity and key elements of short food supply chains (SFSCs). The Ecoserra Agroecological Baskets located in the Lages region and the Responsible Consumer Groups (RCGs) in the Florianópolis region were analyzed from the following categories: (i) agrobiodiversity and (ii) geographical and relational proximity. This paper studies two cases in which the data were collected through participant observation, document analysis, and interviews with key informants. Both experiences have great commercialized diversity, differing from each other by the fresh or processed nature of the products and by their origin in the territory or from more distant places. The RCGs showed more significant geographical and relational proximity, ensuring diversification of products from the territory and greater participation of farmers and consumers in the dynamics generated. Ecoserra Baskets work with an agrobiodiversity of more distant origin and less relational proximity between the actors involved, with little consumer engagement. We concluded that both experiences have growth potential; however, in the case of Ecoserra, there is room to expand the valorization of constituent elements of agroecology and SFSCs.

Keywords: short food supply chains; agroecological principles; alternative food networks; family farming.

1. Introdução

A agricultura industrial e o sistema agroalimentar global, hegemonicamente controlados por grandes corporações, têm sido responsáveis por importantes impactos socioeconômicos e ambientais nas últimas décadas. Há crescente demanda por alternativas a este modelo de produção, de forma a valorizar a agricultura familiar, sistemas agrícolas diversificados, a conservação dos recursos naturais e a prestação de serviços ecológicos que podem ser resilientes às mudanças climáticas e econômicas em curso no planeta (Altieri & Nicholls, 2012).

Nos últimos anos têm surgido debates sobre a construção de novos sistemas alimentares locais, com maior aproximação entre produtores e consumidores, com participação mais ativa deles nos processos e maior poder de decisão (Gelbcke *et al.*, 2018). Estas discussões enfatizam temas relacionados aos circuitos curtos de comercialização

(CCC), os quais buscam aproximar produtores e consumidores, geográfica e relacionalmente, em mercados locais que valorizem o território. Para Darolt (2013), esses circuitos são viáveis e têm potencial de crescimento para agricultores familiares de base ecológica.

Com o intuito de entender melhor os novos sistemas alimentares localizados, esta pesquisa se baseou na seguinte pergunta: de que modo a organização e a dinâmica das experiências de comercialização em venda direta estimulam o princípio agroecológico da agrobiodiversidade e elementos-chave dos CCC nos territórios em que atuam? O objetivo da pesquisa foi analisar comparativamente duas experiências de comercialização de cestas de alimentos orgânicos/agroecológicos, que atuam através da venda direta por pedido antecipado (VDPA¹). A análise foi feita com base no princípio agroecológico da agrobiodiversidade e em dois elementos-chave dos CCC:

¹ A VDPA se dá pela articulação direta entre agricultores e consumidores, os pedidos antecipados das cestas de alimentos são realizados por meio da internet e entregues em domicílio ou em pontos comuns de entrega, onde os consumidores retiram as cestas (Escosteguy, 2019).

-
- i) proximidade geográfica; e
 - ii) proximidade relacional.

As experiências estudadas foram as Cestas Agroecológicas Ecoserra em Lages/SC e as Células de Consumidores Responsáveis na Grande Florianópolis/SC.

Este trabalho está organizado em quatro partes, além desta introdução. Na primeira se apresenta, em três seções, o referencial teórico, particularmente a discussão acerca dos temas sistema agroalimentar, princípios agroecológicos e circuitos curtos de comercialização. A segunda parte discorre sobre a metodologia utilizada na pesquisa e a terceira parte apresenta os resultados e discussões. No final do trabalho estão as conclusões.

2. Referencial teórico

2.1. A agricultura industrial e o sistema agroalimentar

A agricultura industrial, pautada pela adoção de pacotes tecnológicos da Revolução Verde como o uso intensivo de agroquímicos e mecanização, falhou em assegurar alimentos para a população sem gerar impactos negativos como danos aos recursos hídricos, solos, ar, fauna, flora silvestre e saúde humana (Altieri & Nicholls, 2012). Este modelo de produção é dependente de combustíveis fósseis, além de capital externo, sendo muitas vezes controlado por poucas corporações financeiras, agroquímicas e de sementes (Machado & Machado Filho, 2014). Essas corporações dominam os investimentos no setor e a distribuição mundial de alimentos e são responsáveis pelo discurso domi-

nante de que somente a maior produtividade agrícola poderia acabar com a fome (Dal Soglio, 2016). Contudo, segundo a FAO (2018), aproximadamente 800 milhões de pessoas no mundo sofrem de fome crônica, dado certamente agravado com a pandemia de Covid-19. Ao mesmo tempo, o mundo já produz comida suficiente para alimentar 9 a 10 bilhões de pessoas, a população estimada para o ano de 2050. O principal problema da fome não é a oferta, mas a distribuição de alimentos, além do direito e acesso à terra, renda ou redes de apoio para se ter uma dieta saudável (Altieri & Nicholls, 2012).

Além disso, esses fatores aliados à crescente padronização dos hábitos alimentares, favoreceram a criação de um modelo de produção-distribuição-consumo baseado em circuitos longos, afastando produtores e consumidores (Darolt, 2013). Este modelo de produção e distribuição alimentar vem sofrendo muitas críticas, por suas externalidades socioeconômicas, ambientais e impactos na saúde de produtores e consumidores, gerando movimentos contrários definidos como redes agroalimentares alternativas (Goodman, 2003), muitas delas pautadas por princípios da agroecologia (Rover & Riepe, 2015).

Neste sentido, uma das questões que este artigo analisa é como as experiências dos CCC estimulam a agroecologia nos territórios onde atuam através do princípio da agrobiodiversidade. Paralelamente, verifica-se se elas fortalecem relações de proximidade nas dinâmicas de comercialização, estimulando relações de proximidade geográfica (espacial) e relacional. A seguir, trataremos do referencial teórico que embasou as escolhas destas categorias de análise.

2.2. Agroecologia e alguns de seus princípios

A agroecologia é baseada na valorização da biodiversidade dos agroecossistemas, do reconhecimento da agricultura familiar e camponesa e das comunidades tradicionais. Ela se contrapõe ao sistema agroalimentar dominante globalmente, marcado pela agricultura industrial. A agroecologia promove a diversificação de variedades de cultivos, sistemas de cultivos intercalados e agroflorestais, integração entre produção animal-vegetal, permitindo altas produtividades com o adequado aproveitamento da luz solar, dos recursos hídricos e do solo (Altieri & Nicholls, 2012).

A agrobiodiversidade (diversidade produtiva) fortaleceria a resiliência ecológica e socioeconômica, reduzindo o risco ou a intensidade de perdas diante de mudanças climáticas. Ela permite criar novas oportunidades de mercados e aumentar a renda proveniente da comercialização de maior variedade de produtos, sem esquecer da maior segurança nutricional, consequência do consumo mais diversificado de alimentos (FAO, 2018). No presente trabalho, a agrobiodiversidade será analisada considerando a diversidade de produtos comercializados, pois, como Viegas (2016), consideramos que a diversidade de comercialização é causa e resultado de uma maior diversidade de produção e quanto maior essa diversidade de comercialização maior tende a ser a agrobiodiversidade nas unidades produtivas.

Os princípios agroecológicos requerem uma transformação nos sistemas de produção, fomentando a produção local de alimentos pelos agricultores familiares, baseada em conhecimentos ancestrais, em recursos locais, através do uso de variedades e raças locais de plantas e animais, adaptados a cada

território. Estes conjuntos de práticas utilizados pelos agricultores se adaptam muito bem às condições de cada local e podem conduzir à conservação e regeneração dos recursos naturais, além de ser uma riqueza para pesquisadores que buscam criar novos agroecossistemas adaptados à realidade socioeconômica de pequenos agricultores (Altieri & Nicholls, 2012).

Dentro dessa perspectiva, se valoriza os territórios locais e os atores sociais envolvidos onde os processos produtivos acontecem, sendo importante considerar não só a produção, mas a distribuição, comercialização e consumo dos alimentos. Se formam novos sistemas agroalimentares, que se propõem a valorizar a escala local, mantendo articulações com escalas supralocais, tendo como um dos pilares a construção de circuitos comerciais de proximidade, garantindo melhores condições de construção de mercados pelos agricultores e de acesso por parte dos consumidores (Perez- Cassarino & Ferreira, 2013). Rover & Darolt (2021, p. 26) apontam a agroecologia “como um campo de estudo e ação que abrange todo o sistema agroalimentar, com o objetivo de alcançar a soberania alimentar e nutricional da sociedade, numa perspectiva de integrar agricultura, alimentação, saúde, meio ambiente e educação”.

Nesta pesquisa, para a análise da proximidade geográfica existente entre os locais de produção e consumo e a consequente valorização dos territórios locais, foi utilizada como referência a origem dos produtos comercializados, considerando a distância entre os locais de produção e consumo, percebendo se os alimentos foram produzidos dentro ou fora do território onde ocorre o consumo.

2.3. Redes agroalimentares alternativas e circuitos curtos de comercialização

Têm surgido vários movimentos contrários ao sistema agroalimentar dominante, aos quais a literatura convencionou denominar de redes agroalimentares alternativas (RAA), ou *alternative food networks* (AFN). Essa é uma denominação abrangente, utilizado para se referir a redes emergentes de produtores, consumidores e outros atores que buscam formas de produção e abastecimento de alimentos alternativas ao modo industrial (Goodman, 2003; Renting *et al.*, 2003). Para Renting *et al.* (2003), as AFN são diversas e abrangem várias dinâmicas alternativas de produção-consumo, dentre estas se encontrando as *short food supply chains* (SFSC) ou circuitos curtos de comercialização (CCC). Este conceito é mais específico e trata de inter-relações entre atores que se aproximam na produção, processamento, distribuição e consumo de produtos alimentícios.

Os CCC buscam reduzir a distância entre os locais de produção e consumo, aproximando relacional e geograficamente produtores e consumidores, promovendo o cultivo de espécies locais e favorecendo a segurança alimentar, através da facilidade de venda de produtos frescos e diversificados (Rover & Riepe, 2015). De acordo com Darolt (2013), não existe no Brasil uma definição oficial sobre CCC, porém na França são elencados dois critérios para caracterizá-los:

1. a distância relacional, quando existe até um intermediário entre produtor e consumidor; e

2. a distância espacial, que, no caso da França, estabelecida em 80 km entre local de produção e de consumo (Chaffotte & Chiffolleu, 2007).

Darolt (2013), ainda apresenta a distinção de dois tipos de circuitos curtos: a venda direta, que ocorre das mãos do produtor ao consumidor; e a venda indireta, via um único intermediário, podendo esse papel ser assumido por um produtor, uma cooperativa, uma associação ou até lojas especializadas, restaurantes, dentre outros. De acordo com Renting *et al.* (2003) os CCC podem ser de três tipos:

1. face a face, criando relações de confiança pela interação direta entre agricultores e consumidores;

2. de proximidade espacial, no qual os consumidores buscam os alimentos nos locais de produção ou em locais próximos às regiões de produção; e

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

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

Contudo, há circuitos curtos espacialmente estendidos, construídos sobre um forte enraizamento

social e cultural em torno dos atores envolvidos na produção até o consumo (Perez-Cassarino & Ferreira, 2013). Neste sentido, no artigo utilizaremos a distância de 200 km como referência para indicar se os produtos têm origem mais local/regional ou extra local. Tal distância foi estabelecida pelo LACAF para construção do mapa da Rede de Cidadania Agroalimentar da Grande Florianópolis, que definiu critérios que levam em conta a dinamização de formas de abastecimento responsável, visando fortalecer e ampliar relações em redes de produção-consumo (LACAF, 2020).

Para Renting et al. (2003) os CCC redefinem as relações produtor-consumidor para além do encurtamento espacial, dando sinais claros sobre os atributos de qualidade dos alimentos e construindo cadeias transparentes, onde os produtos chegam até os consumidores com uma alta carga de informação. Segundo os autores, uma característica fundamental dos CCC é a capacidade de ressocializar e reespacializar os alimentos, assim o consumidor faz novos julgamentos de valor sobre qual alimento prefere consumir, baseado em seu próprio conhecimento ou experiência. Uma maior proximidade relacional gera novas formas de construção social de mercados, envolvendo relações de cooperação, mesmo quando haja um maior distanciamento espacial (Gelbcke *et al.*, 2018). A maior aproximação relacional entre agricultores e consumidores favorece a transparência nos processos, além da troca de informações que permite novos procedimentos de negociação entre os atores, onde os agricultores se adequam às demandas de qualidade e os consumidores têm

maior conhecimento sobre o processo produtivo (Perez-Cassarino & Ferreira, 2013).

2.4. Venda direta por pedido antecipado

Nas experiências de comercialização pesquisadas, temos um tipo específico de CCC, a venda direta, e dentro dela a venda direta por pedido antecipado (VDPA). Ela se dá através da articulação direta entre agricultores e consumidores, operacionalizada por meio da internet, por onde são realizados os pedidos antecipados das cestas de alimentos². Os pedidos são entregues em domicílio ou em pontos comuns de entrega, onde os consumidores retiram as cestas, de acordo com cada experiência (Escosteguy, 2019).

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

Segundo Darolt *et al.* (2016), essa modalidade de comercialização está em franco crescimento no Brasil e tem ganhado a simpatia do produtor pela praticidade e do consumidor por seu menor preço

² Consideramos as cestas das CCR como VDPA, mesmo que fechadas (onde os produtos que as compõem não são escolhidos pelos consumidores), pois os consumidores fazem o pedido antecipado das cestas fechadas no início de cada novo ciclo, além de a cada semana fazerem o pedido antecipado de produtos adicionais.

se comparado aos supermercados. Porém, o autor destaca que ainda há pouco engajamento social e organização dos consumidores nestes processos de comercialização, elemento que – pelo menos em uma das experiências estudadas – não foi observado.

3. Metodologia

A pesquisa teve caráter exploratório e os dados coletados foram qualitativos e quantitativos. Eles foram coletados entre março e maio, organizados e analisados entre junho e julho de 2020, tratando-se de um estudo de dois casos. O estudo de caso é uma investigação empírica que pesquisa um fenômeno contemporâneo, dentro do seu contexto real e principalmente quando não se consegue definir os limites entre o fenômeno e o contexto no qual está inserido (Yin, 2001). Para o mesmo autor, o estudo de caso demanda um referencial teórico prévio, além de haver variáveis e categorias de interesse para a análise, orientando a coleta de dados.

As experiências aqui estudadas são as CCR abastecidas pelo grupo de agricultores Associada, que é composto por 12 famílias de agricultores de 5 municípios catarinenses: Major Gercino, Angelina, Nova Trento, Leoberto Leal e São João Batista. Este grupo abastece quatro CCR, sendo três em Florianópolis e uma em Canelinha-SC. As Cestas Agroecológicas Ecoserra, acontecem no município de Lages, onde fica a sede da Cooperativa Ecoserra e também onde residem os consumidores. Os agricultores filiados à Ecoserra são na sua grande maioria de municípios pertencentes a Amures (Associação de Moradores da Região Serrana).

Nas experiências estudadas se analisou a proximidade entre os atores envolvidos, verificando em destaque as relações entre produtor-consumidor e considerando relações entre produtor-intermediário, intermediário-consumidor e entre consumidores, assim como a presença de instituições/entidades parceiras. Porém, a análise não pretendeu alcançar em profundidade todos os elos da cadeia produtiva, entendida como a soma de operações e transformações que ocorrem nos produtos, desde a produção até o consumo, conforme abordagem discutida por Batalha (1997). O foco da análise está nas relações estabelecidas desde a produção até o consumidor, nas formas de VDPA estudadas.

Os procedimentos metodológicos utilizados para a coleta de dados primários foram a observação participante e entrevistas semiestruturadas. Também foram utilizados dados secundários como planilhas de compra e venda, lista de produtos disponíveis e acompanhamento das conversas em grupos de WhatsApp®, a partir dos quais se fez análise de documentos. Devido a pesquisa ter ocorrido em meio à pandemia de Covid-19, não foi possível alcançar um número maior de informantes e ampliar a coleta de dados primários. A observação participante aconteceu nos dois contextos estudados, com o acompanhamento dos processos de comercialização, em ambos, no primeiro semestre de 2020. A observação participante, conforme Minayo (2001), permite vivenciar a realidade dos atores sociais em seu contexto.

Foram realizadas 06 entrevistas com informantes-chave das experiências. As entrevistas tiveram questões abertas³ e foram realizadas de

³ Esta pesquisa faz parte do projeto aprovado no Comitê de Ética em Pesquisas com Seres Humanos da UFSC, sob número: 2.657.160 e CAAE: 2587718.0.0000.0121, sendo cumpridos os protocolos e garantido o anonimato e segurança dos participantes.

forma presencial. Junto às Cestas Agroecológicas Ecoserra, foram realizadas duas entrevistas: com um informante da Cooperativa Ecoserra, responsável pelo setor de comercialização dos produtos, e outro informante do Centro Vianei, coordenador da entidade, que atua com o tema da comercialização e assessora a Ecoserra. Na experiência das CCR foram entrevistados 04 agricultores do Grupo Associada, sendo um deles o coordenador na experiência.

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

A análise dos dados foi embasada pela literatura apresentada no referencial teórico. As duas categorias definidas para análise foram:

a) o estímulo das experiências de comercialização para o desenvolvimento da agroecologia nos territórios em que atuam;

b) o estímulo a relações de proximidade nas experiências e o perfil dessas relações. Para auxiliar na análise das categorias foram utilizados descritores que ajudam a detalhar e a melhor discutir (Viegas, 2016).

À luz da teoria, para analisar o estímulo à agroecologia foi estabelecido o descritor diversidade dos produtos comercializados, discutindo se dela se estimularia a agrobiodiversidade dos estabelecimentos rurais; e para análise do estímulo a relações de proximidade foram estabelecidos os descritores:

- i) proximidade relacional entre os atores das experiências (agricultor/intermediário/consumidor);
- ii) proximidade geográfica, do local de produção ao local de consumo.

4. Resultados e discussões

4.1. Uma breve caracterização das experiências pesquisadas

As Células de Consumidores Responsáveis (CCR) tiveram início em 2017 e fazem parte de um projeto do Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar da Universidade Federal de Santa Catarina (LACAF/UFSC). O projeto busca melhores mercados aos agricultores e a ampliação do acesso dos consumidores a alimentos orgânicos. O LACAF atua como mediador entre grupos de agricultores familiares ligados à Rede Ecovida de Agroecologia e grupos de consumidores. Atualmente, participam da experiência 6 grupos de agricultores, totalizando 60 famílias, que abastecem mais de 500 famílias consumidoras organizadas em 12 células nos municípios de Florianópolis e São José, Santa Catarina.

A dinâmica das CCR ocorre através da articulação direta entre o grupo de agricultores, representado pelo coordenador, e o grupo de consumidores, através da internet pelo WhatsApp®.

Os consumidores pagam antecipadamente o valor do ciclo (mês), que corresponde a um período de 4 a 5 semanas; recebem semanalmente uma cesta de tamanho fixo, podendo ser tamanho P (aproximadamente 4,5Kg) e preço de R\$ 29,00 ou G (aproximadamente 9kg) e preço de R\$53,00. As cestas são do tipo “fechada”, visto que os consumidores não escolhem os alimentos que recebem, mas os agricultores se comprometem a dispor semanalmente uma diversidade de tipos de alimentos (folhosas, legumes, frutas, raízes, temperos, chás e grãos). Existe ainda uma lista de produtos adicionais, onde os consumidores podem semanalmente escolher outros alimentos disponíveis, uma forma de fornecer uma maior diversidade e aumentar a venda pelos agricultores do Grupo Associada.

O grupo Associada abastece aproximadamente 96 cestas semanais, incluindo famílias de consumidores e consumidores individuais (Tabela 1). As cestas são montadas e transportadas pelo coordenador do grupo, além de serem entregues em um local comum para cada CCR (Ponto de Partilha), onde cada consumidor retira a sua cesta. A existência do Ponto de Partilha permite diminuir custos com a logística de entrega dos alimentos, quando comparado a entregas individualizadas. A experiência prevê ainda a organização conjunta de todo o processo de comercialização entre os grupos de agricultores e consumidores, com responsabilidades para cada um dos grupos. Nos próximos tópicos trataremos mais detalhes da dinâmica de organização.

As Cestas Agroecológicas Ecoserra surgiram em 2018, através de um projeto do Centro Vianei de Educação Popular em parceria com a Cooperativa Ecoserra (Cooperativa Ecológica dos Agricultores, Artesãos e Consumidores da Região Serrana). O projeto visava trabalhar a articulação entre consumi-

dores e agricultores em dinâmicas de abastecimento, juntamente com incidência política em soberania e segurança alimentar e nutricional (SSAN). A Cooperativa Ecoserra tem uma longa história de atuação no Planalto Serrano Catarinense e desde sua fundação, em 1999, teve o objetivo de buscar alternativas de comercialização para os pequenos agricultores da região (Santos, 2006).

As Cestas Agroecológicas Ecoserra abasteceram cerca de 110 consumidores em Lages durante a pandemia de Covid-19 (Tabela 1). Esse número era de aproximadamente 50 consumidores antes da pandemia. O aumento expressivo ocorreu por conta da suspensão da feira realizada semanalmente pela Cooperativa na Universidade do Planalto Catarinense (UNIPLAC), por meio da migração dos consumidores desta feira para as cestas. A dinâmica das cestas funciona a partir da articulação da Cooperativa com os agricultores e agroindústrias para aquisição dos produtos, e entre a Cooperativa e consumidores para venda das cestas, ambas através da internet (WhatsApp®/E-mail) e telefone. A Cooperativa faz a intermediação realizando compras de produtos dos agricultores da região serrana e de outras regiões do estado, bem como de agroindústrias e empresas de Santa Catarina, Rio Grande do Sul e São Paulo. De acordo com a disponibilidade de produtos, a Ecoserra elabora uma lista que é disponibilizada aos consumidores semanalmente.

As cestas são do tipo “aberta”, não possuem preço ou peso fixo, e os consumidores podem escolher os produtos na lista semanal, respeitando apenas o pedido mínimo de R\$ 25,00. As cestas são montadas pelos funcionários da Cooperativa, os consumidores podem escolher entre retirar a cesta na sede da cooperativa ou receber as cestas em domicílio, com uma taxa adicional de R\$ 5,00.

TABELA 1 – Dados médios de comercialização de alimentos orgânicos em circuitos curtos de duas experiências em Santa Catarina.

Dados de Comercialização	Cestas Agroecológicas Ecoserra		CCR Grupo* Associada	
	Semanal	Mensal	Semanal	Mensal
Nº Agricultores	23**		12	
Nº Consumidores	110		96	
Preço Médio R\$/kg	5,92***		6,51****	
Volume Total Médio Produtos Comercializados (kg)	464,170	1856,670	561,080	2244,300
Valor Total Médio Produtos Comercializados (R\$)	2.745,83	10983,33	3654,96	14619,83
Volume Médio Produtos/Consumidor (kg)	4,230	16,900	5,840	23,380
Valor Médio Produtos/Consumidor (R\$)	24,96	99,84	38,07	152,29

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

NOTA: Dados referentes a 6 semanas: 21/04 a 28/05/2020.

FONTE: elaborado pelos autores (2020).

Esta entrega é realizada por dois entregadores terceirizados pela cooperativa. O pagamento das cestas é realizado no momento da entrega/retirada, havendo exceções. Os consumidores participantes são individuais e famílias, da área urbana de Lages.

Os dados da Tabela 1 evidenciam que os volumes comercializados e valores obtidos (R\$) são superiores nas CCR, em relação às Cestas da Ecoserra. Esta diferença geral pode estar vinculada ao fato de que, embora as cestas das CCR sejam do tipo “fechadas”, elas ampliam a comercialização de produtos aos mesmos consumidores por meio da oferta de produtos adicionais e por fornecerem algumas cestas do tamanho G, mesmo que a um número menor de consumidores. Isto contribui para ampliar o preço médio e o valor total comercializado.

4.2. Princípio agroecológico e relações de proximidade

Em relação à diversidade de produtos comercializados, as categorias de produtos *in natura* não diferem significativamente entre as experiências (Figura 1). Somente para a categoria temperos/chás temos uma diversidade maior nas CCR (9) e na categoria grãos/cereais a diversidade é maior nas Cestas Ecoserra (4). Já entre os produtos agroindustrializados, as Cestas Ecoserra se destacam pela quantidade de produtos comercializados (40), comparada com as CCR (8). Além disso, os produtos processados correspondem a um percentual de 50% do número de produtos das Cestas Ecoserra e apenas 16% para as CCR. Disso se deduz que as Cestas Ecoserra utilizam os processados para aumentar sua oferta de produtos aos consumidores, fazendo com que sua diversidade total seja elevada. No entanto, vale ressaltar que 27,5 % dos produtos das Cestas Ecoserra percorrem acima de 200 km (Tabela 2), sendo que 90% deles são processados,

evidenciando que muitos desses produtos vêm de regiões mais distantes.

Se analisados em relação à Tabela 1, os dados da Figura 1 abrem espaço para questionar a distribuição dos valores monetários gerados na experiência das Cestas Ecoserra. Os 23 agricultores ligados à Cooperativa produzem, em sua maioria, produtos *in natura*, os quais correspondem a 50% dos itens das cestas. Como os produtos processados têm maior valor agregado, os agricultores ligados à Cooperativa recebem um percentual menor da composição do valor médio total dos produtos comercializados.

Considerando os números totais de produtos *in natura*, a diversidade entre as duas experiências não possui diferença significativa. Contudo, o Grupo Associada tem 12 famílias de agricultores, cerca

de 50% do número de agricultores fornecedores da Ecoserra (23). Com isso, há probabilidade⁴ de existir uma maior diversidade nas unidades produtivas dos agricultores do Grupo Associada, que nos agricultores que abastecem as Cestas Ecoserra. Essa maior diversidade poderia ser devida às cestas serem “fechadas” e com a garantia de uma variedade de produtos frescos a serem entregues semanalmente, já que os agricultores do Grupo Associada realizam um planejamento coletivo e uma certa divisão dos produtos a serem cultivados por eles. Assim, *cada um planta o que quer, mas para as cestas entramos em um bom senso de cada um fornecer o que mais produz* (Agricultor 2, CCR). Isso corrobora com Darolt (2013) que afirma que nos CCC os agricultores adaptam suas práticas agrícolas, tipos

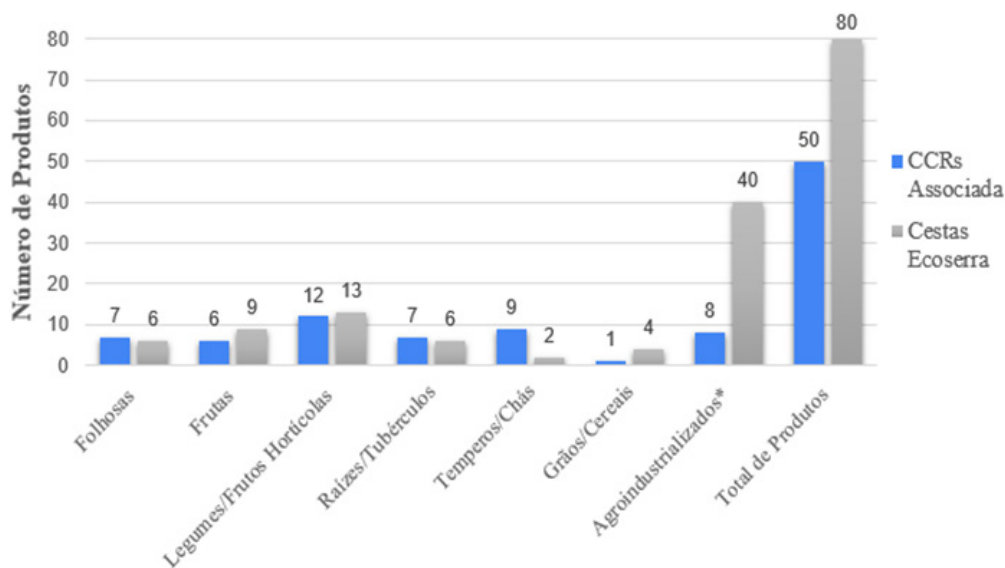


FIGURA 1 – Diversidade e número de produtos comercializados nos dois casos, por categorias e número total de produtos (Abril e maio/2020). LEGENDA: *Esta categoria engloba uma diversidade de produtos processados como: biscoitos, farinhas, geleias, açúcares, sucos, vinhos, conservas, pão, frango caipira, queijo serrano, extratos e molhos, congelados, canjicas, entre outros. FONTE: elaborado pelos autores (2020).

⁴ Devido a pesquisa ter ocorrido em meio à pandemia da Covid-19, não foi possível verificar a agrobiodiversidade junto às unidades produtivas.

de produtos e volumes de produção para atender as demandas do consumidor. Além disso, o fato de os consumidores não escolherem os produtos da cesta, dá aos agricultores uma maior autonomia na escolha dos cultivos, bem como estimula uma maior diversidade de espécies cultivadas, de acordo com a sazonalidade e para atender a variedade mínima exigida pelas CCR. Este é um aspecto importante para o estímulo à diversificação e à agroecologia, já que são comercializadas, inclusive, espécies desconhecidas pelos consumidores, alimentos sazonais e locais (Escosteguy, 2019).

Já na Ecoserra, onde as cestas são “abertas”, a cooperativa compra dos agricultores e das agroindústrias conforme a demanda dos consumidores e dos outros mercados em que ela atua (PAA/PNAE/Feira)⁵, porém não há uma garantia de diversidade mínima. Segundo o funcionário 1 da cooperativa, eles conseguem ter apenas algum controle e acompanhamento da produção, pois se comunicam com os produtores a fim de saber quais serão os produtos disponíveis em 15 ou 30 dias, ou para comercializar com eles mudas, em parceria com o Centro Vianei. Isso demonstra uma fragilidade no planejamento e organização da cooperativa, que pode afetar a regularidade, quantidade e diversidade de fornecimento dos produtos para as cestas, e um não estímulo para a diversificação produtiva dos agricultores, além do desconhecimento e não criação de novos hábitos alimentares pelos consumidores. Este fator poderia promover uma especialização produtiva

nas unidades de produção, se não cuidadosamente trabalhado para que os agricultores mantenham um grau mínimo de agrobiodiversidade (Rover & Riepe, 2015).

Vemos que pouco mais da metade (52,5%) dos produtos comercializados pelas Cestas Ecoserra têm origem no território, o que pode ser indicativo de uma menor agrobiodiversidade entre os seus agricultores. Para atender a demanda de seus consumidores, a cooperativa busca por produtos de origem mais distante, especialmente processados, também por que ela tem cooperados em outras regiões do estado de Santa Catarina, para além da Região Serrana. Ademais, a Cooperativa Ecoserra existe há mais de 20 anos e estabelece trocas comerciais e parcerias⁶ com várias agroindústrias e outras cooperativas, possibilitando uma maior disponibilidade de produtos agroindustrializados. Assim, ela oferece aos consumidores uma gama variada de produtos processados, desde farinhas, açúcares, geleias, até sucos e vinhos.

Os dados da Tabela 2 remetem a uma discussão em torno da proximidade geográfica e valorização do território local/regional, discutida aqui através da distância percorrida pelos produtos desde a produção até o consumo. Como podemos observar, 47,5% dos produtos das Cestas Ecoserra têm origem fora do território, considerado aqui como a região da Amures⁷, enquanto para as CCR, em que o território considerado é a região da Grande Florianópolis⁸, este número é apenas de 4%. Além disso, quando

⁵ Programa de Aquisição de Alimentos (PAA); Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE).

⁶ A Cooperativa Ecoserra já participou do Circuito Sul de Comercialização da Rede Ecovida de Agroecologia, baseado na circulação de alimentos entre Núcleos da Rede Ecovida, através de suas organizações como associações e cooperativas, visa ampliar a oferta de produtos e abastecer a próprias famílias agricultores. Possui diversas rotas entre os três estados da Região Sul (Perez-Cassarino; Ferreira, 2013). Atualmente a Cooperativa não faz mais parte do Circuito, mas mantém trocas comerciais e parcerias com diversas cooperativas, associações e agroindústrias de SC e RS.

⁷ Amures (Associação de Moradores da Região Serrana) abrange 18 municípios da região serrana de Santa Catarina, onde está a maioria dos associados da Ecoserra, cerca de 90% deles, segundo o funcionário 1 da cooperativa.

⁸ Região que abrange todos os municípios dos agricultores do Grupo Associada, bem como dos consumidores da CCR.

TABELA 2 – Origem dos produtos comercializados em relação ao território e à distância percorrida entre local de produção e consumo (Dados de abril e maio/2020).

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

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

se considera a distância percorrida de acordo com o trajeto rodoviário, 27,5 % dos produtos das Cestas Ecoserra percorrem uma distância superior à 200 km, enquanto para as CCR nenhum dos produtos excede esta distância.

Vale ressaltar que várias das trocas comerciais promovidas pela Ecoserra são com outras organizações representantes da agricultura familiar de base agroecológica e certificadas pela Rede Ecovida, mesmo que venham de outros territórios. Outro ponto é a questão da sazonalidade, que por estar na Região Serrana, a Ecoserra busca complementar sua diversidade com alimentos que não podem ser cultivados na região e que têm dificuldades de produção no período do inverno, fazendo com que possa associados em outras regiões do estado.

Entretanto, algumas das trocas comerciais acontecem com empresas não ligadas à agricultura familiar ou certificação participativa, e de regiões mais distantes, como é o caso de alguns produtos que vem de São Paulo, percorrendo de 700 a 1000km. Apenas uma menor parte dos produtos vêm destes circuitos mais longos, que são utilizados pela Ecoserra para complementar a diversidade, mas traz

o risco da priorização desses circuitos, com maior número de intermediários e distanciamento dos mercados locais. Essa priorização de circuitos longos foi observada por Viegas *et al.* (2017) em outros canais de comercialização de produtos orgânicos na Grande Florianópolis.

O fato de as CCR terem uma baixa percentagem (4%) de produtos de fora do território e nenhum produto percorrendo mais de 200 km (Tabela 2), revela uma maior valorização do território local e prioridade de trocas com grupos de agricultores próximos, como informou o agricultor 1, afirmando que mantém trocas comerciais para garantir a diversidade, mas que são feitas com grupos de agricultores próximos e da Rede Ecovida. Além disso, como observado por Pugas (2018), a maior proximidade geográfica dos centros de consumo é um componente que favorece a agrobiodiversidade produtiva.

Gelbke *et al.* (2018) apontam que grande parte dos produtos orgânicos frescos comercializados em Florianópolis vem dos municípios próximos e os processados de regiões mais distantes. Isto é o que se verifica nas CCR, visto que a grande maioria

dos seus produtos é *in natura*, considerando que o grupo de agricultores não tem um processamento expressivo de produtos, não há uma complementaridade com produtos vindos de fora e a modalidade de cesta fechada prioriza produtos *in natura*.

Outro princípio-chave dos circuitos curtos, além da proximidade geográfica, é a proximidade relacional. Aqui adotamos a noção de CCC como aqueles que possuem até um intermediário entre produção-consumo (Chaffotte & Chiffolleu, 2007). Neste trabalho, não consideramos a Cooperativa Ecoserra e a coordenação do grupo de agricultores das CCR como intermediários, pois se acredita que sejam organizações dos próprios agricultores, facilitadoras dos processos de comercialização, como observado por Rover & Riepe (2015). Assim, só existe a presença de intermediários naqueles casos em que as organizações compram produtos de outras agroindústrias e outros grupos de agricultores, e no caso da Ecoserra de não associados. No restante dos casos, as experiências estudadas promovem formas de venda direta.

A Tabela 3 mostra uma síntese das relações que ocorrem entre os atores presentes nas experiências. Em relação aos agricultores, constata-se que há uma maior aproximação entre os agricultores das CCR, já que se trata de apenas um grupo, resultando em contatos mais frequentes por conta das reuniões mensais que fazem e da entrega dos produtos e montagem semanal das cestas, que permitem um contato adicional entre eles e a coordenação do grupo. Na Ecoserra, essa relação não é tão próxima, pois são vários grupos de agricultores e até de microrregiões diferentes, ficando mais restrita à relação dentro dos grupos e não entre eles. Esta menor comunicação entre os agricultores da Ecoserra pode afetar sua participação ativa na dinâmica das cestas, por um

lado, mas poderia por outro possibilitar acesso a maior quantidade e diversidade de produtos, mesmo que não seja isto que se verificou no momento desta pesquisa.

A relação entre agricultor-consumidor não ocorre nas Cestas Ecoserra, nem mesmo pela internet. Os agricultores vendem e negociam o preço de seus produtos diretamente com a Ecoserra, que segundo o funcionário 1 realiza o pagamento de acordo com a quantidade e qualidade do produto. A Ecoserra, na pessoa do seu funcionário, é quem estabelece os preços de venda dos produtos nas cestas e quem tem o contato direto com os consumidores. Neste sentido, observa-se que se trata de uma experiência que promove a venda dos agricultores aos consumidores dentro de um mesmo território (proximidade espacial), mas quando se analisa as relações efetivamente produzidas entre as partes, pode-se afirmar que a experiência alcança pouca proximidade relacional, ao menos na modalidade face a face. Isto restringe a possibilidade de avançar na construção de ações conjuntas entre agricultores e consumidores. Nas CCR existe uma relação mais direta entre consumidores e coordenação do grupo de agricultores, pois é através dela que são feitos os pedidos adicionais, pagamentos pelos consumidores, organização da entrega das cestas, retirada de dúvidas quanto aos produtos, havendo trocas constantes de mensagens no grupo de WhatsApp®. Os preços dos produtos adicionais são estabelecidos coletivamente pelo grupo de agricultores, seja por que há um preço fixo das cestas ou seja por que definem coletivamente os preços dos produtos adicionais. Outro importante momento de interação entre agricultores e consumidores nas CCR é quando ocorriam visitas às unidades produtivas antes da pandemia de Covid-19.

TABELA 3 – Síntese das relações existentes entre os atores envolvidos nas dinâmicas de comercialização de alimentos orgânicos/agroecológicos em circuitos curtos das CCR e Cestas Ecoserra em SC.

ATORES ENVOLVIDOS	RELAÇÕES EXISTENTES	
	Cestas Agroecológicas Ecoserra	CCR Grupo Associada
Instituições Parceiras ⁹	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Viane: assessoria, apoio a projetos, contato com entidades; - IFSC: apoio dos docentes, consumidores; - CISAMA: assistência técnica, apoio a projetos, adequação; - Agroindústrias: compra e venda de produtos - CEMEAR: parceria comercial e de projetos - Rede Ecovida: certificação, trocas de mercadorias e experiências entre grupos 	<ul style="list-style-type: none"> - LACAF/UFSC: articulação agricultor-consumidor, apoio técnico, facilitador organizativo, atividades realizadas por bolsistas e voluntários; - Cepagro/ Epagri: ATER¹⁰ - Secretaria da Agricultura de Major Gercino: apoio financeiro e produtivo; - Rede Ecovida: certificação, trocas de mercadorias e experiências entre grupos
Agricultores	<p>Pertencem a vários grupos da Rede Ecovida. Os grupos não possuem relações próximas entre si, porém as relações entre os agricultores dentro de cada grupo são de maior proximidade. A relação entre agricultores e Cooperativa Ecoserra se dá por meio de compra de insumos, venda dos produtos, negociação de preços, reuniões.</p>	<p>Pertencem a apenas um grupo da Rede Ecovida, possuem maior proximidade, reuniões mensais, planejamento da produção, troca de experiências no grupo de WhatsApp®</p>
Agricultor - Consumidor	<p>Não existe relação entre agricultores e consumidores.</p> <p>A relação entre a cooperativa e os consumidores é restrita a realização de pedidos, pagamentos e entregas</p>	<p>Relação entre coordenador do grupo de agricultores e consumidores: pedidos, pagamentos, entrega/retirada das cestas, produtos adicionais. Relação dos consumidores com outros agricultores através das visitas feitas às propriedades</p>
Consumidores*	<p>Consumidores individuais e não há troca de informações entre eles através de grupos de WhatsApp ou outro tipo de relação</p>	<p>Há um grupo de consumidores e troca de informação através do grupo de WhatsApp®, reuniões, visitas aos agricultores, mediação de problemas, coordenação dos consumidores e organização de doações grupos vulneráveis.</p>

LEGENDA: *Por questões de logística da pesquisa, analisamos as relações existentes entre consumidores da CCR da Saúde/UFSC, e não de todas as CCR abastecidas pelo Grupo Associada.

FONTE: elaborado pelos autores (2020).

⁹ IFSC (Instituto Federal de Santa Catarina – Campus Lages); CISAMA (Consórcio Intermunicipal Serra Catarinense); CEMEAR (Centro de Motivação Ecológica e Alternativas Rurais); Cepagro (Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo); Epagri (Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina);

¹⁰ Assistência Técnica e Extensão Rural.

Uma das principais diferenças entre as duas experiências de comercialização é a organização dos consumidores. Nas Cestas Ecoserra, os consumidores são individuais e não tem relação ou troca de informações entre si. Mesmo nas interações que ocorrem via WhatsApp®, não há troca alguma entre os consumidores, já que o grupo constituído na rede social para este fim não permite a troca de mensagens entre eles, somente o disparo de mensagens pelo funcionário da Cooperativa. Com isso, as relações ficam restritas a cada consumidor individual e a Ecoserra, na pessoa dos funcionários, e voltada apenas para trocas comerciais. Além disso, as entregas das cestas em sua grande maioria são feitas por terceiros em domicílio, mediante uma taxa de R\$5,00, que por um lado gera mais comodidade, mas por outro há um aumento de custos e isenta o consumidor de qualquer responsabilização ou aproximação com os outros consumidores ou com os agricultores, ou mesmo algum momento de face a face com a cooperativa, e ainda gera uma sobrecarga de trabalho para os seus funcionários. Nas CCR, existe um Termo de Responsabilidades Compartilhadas, o qual é assumido por agricultores e consumidores, através do qual se busca uma maior organização e papel ativo dos consumidores. Estabelece-se uma coordenação dos consumidores para sua melhor organização (a qual é responsável por articular visitas aos agricultores e organizar doações para grupos em situação de vulnerabilidade socioeconômica). Além disso, gera-se uma intensa troca entre os consumidores no grupo de WhatsApp®, sobre aproveitamento, receitas, informações e curiosidades a respeito dos alimentos comercializados. As cestas são retiradas em um local comum, que possibilita a interação entre eles, bem como troca de alimentos que não atendem a expectativa de

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

5. Conclusões

O artigo analisou comparativamente duas experiências de comercialização de cestas de alimentos orgânicos. Buscou-se entender de que forma sua organização estimula o princípio agroecológico da agrobiodiversidade e elementos-chave dos circuitos curtos de comercialização. Em relação à agrobiodiversidade, a diversidade de comercialização dos produtos *in natura* das duas experiências é significativa e em quantidade similar. A diversidade de produtos processados das Cestas Ecoserra é maior comparativamente às CCR e representa uma participação elevada destes itens na diversidade total. Isso é benéfico pela diversidade de oferta aos consumidores, porém muitos destes produtos são de regiões fora do território e de organizações não ligadas à agricultura familiar, demonstrando um menor estímulo à proximidade geográfica. As CCR, neste quesito, geram uma relação produção-consumo mais próxima geograficamente, assim como também o fazem na proximidade relacional. Elas possuem maior atuação dos próprios agricultores na experiência e, principalmente, dos consumidores, que comparativamente têm um papel mais ativo. A

Cooperativa Ecoserra busca facilitar a comercialização dos produtos dos agricultores associados, na articulação com novos mercados e tem uma grande rede de contatos e parcerias, porém na modalidade estudada das Cestas gera pouco espaço de participação para os agricultores e para os consumidores.

Ambas as experiências têm potencial de ofertar diversidade de produtos aos consumidores. No entanto, ambas, e destacadamente as Cestas Ecoserra, enfrentam desafios para qualificar a aproximação entre produção-consumo, a responsabilização, engajamento e papel ativo dos consumidores.

É necessário um maior apoio do poder público, através de políticas públicas que possam ampliar estas iniciativas de CCC de alimentos orgânicos/agroecológicos para uma maior parcela da população e também para uma parcela com um menor poder aquisitivo, democratizando o acesso a esses produtos. As compras institucionais, como o PAA e PNAE, devidamente fortalecidas, cumpririam esta função.

Salienta-se a necessidade de pesquisas mais aprofundadas diretamente com agricultores e consumidores, buscando entender sua percepção sobre as experiências de comercialização, já que isto não foi possível nesta pesquisa por conta da pandemia da Covid-19.

Referências

Altieri, M.; Nicholls, C. Agroecología: única esperanza para la soberanía alimentaria y la resiliencia socioecológica. *Agroecología*, 7(2), 65-83, 2012.

Batalha, M. *Gestão agroindustrial*. São Paulo: Atlas, 1997.

Chaffotte, L.; Chiffolleau, Y. Vente directe et circuits courts: évaluation, définition et typologie. *Les Cahiers de l'Observatoire CROC*, 1, 1-8. 2007.

Dal Soglio, F. A agricultura moderna e o mito da produtividade. In: Dal Soglio, F.; Kubo, R. R. (Orgs.). *Desenvolvimento, agricultura e sustentabilidade*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 11-38.

Darolt, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: Nierdele, P. A.; Almeida, L.; Vezanni, F. M. (Orgs.). *Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura*. Curitiba: Kairós, 2013. p. 139-170.

Darolt, M. R.; Lamine, C.; Brandenburg, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. *Experiências em Agroecologia*, 10(2), 8-13, 2013.

Darolt, M. R.; Lamine, C.; Bradenburg, A.; Alencar, M. de C. F.; Abreu, L. S. Redes alimentares alternativas e novas relações produção consumo na França e no Brasil. *Ambiente & Sociedade*, 2(19), 2016. doi: 10.1590/1809-4422ASO-C121132V1922016

Escosteguy, I. L. *Inovações sociais na promoção da agroecologia e de redes de civismo agroalimentar em Florianópolis-SC*. Florianópolis, Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – UFSC, 2019.

FAO – Food and Agriculture Organization. *The 10 elements of agroecology: guiding the transition to sustainable food and agricultural systems*. Rome: FAO, 2018. Disponível em: <<http://www.fao.org/3/i9037en/I9037EN.pdf>>. Acesso em: 25 jun. 2020.

Gelbeke, D. L.; Rover, O. J.; Brightwell, M. G. S. L.; Silva, C. A.; Viegas, M. T. A “proximidade” nos circuitos de abastecimento de alimentos orgânicos da Grande Florianópolis – SC – Brasil. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 26(3), 539-560, 2018. doi: 10.36920/esa-v26n3-3

Goodman, D. The quality ‘turn’ and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 1-7, 2003. doi: 10.1016/S0743-0167(02)00043-8

LACAF – Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar. *Mapa da Rede de Cidadania Agroalimentar (RCA) da Grande Florianópolis*. 2020. Disponível em: <<https://lacaf.paginas.ufsc.br/mapa-da-rede-de-cidadania-agroali>>

-
- mentar-rca-da-grande-florianopolis/>. Acesso em: jul. 2020.
- Machado, L. C. P.; Machado Filho, L. C. P. *A dialética da agroecologia: contribuição para um mundo com alimentos sem veneno*. São Paulo: Expressão Popular, 1. ed., 2014.
- Minayo, M. C. de S. (Org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001
- Perez-Cassarino, J. P.; Ferreira, A. D. D. Agroecologia, construção social de mercados e a constituição de sistemas agroalimentares alternativos: uma leitura a partir da Rede Ecovida de Agroecologia. In: Niederle, P. A.; Almeida, L.; Vezzani, F. M. (Orgs.). *Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura*. Curitiba: Kairós, 2013. p. 171-214.
- Pugas, A. S. *Agroecologia e comercialização de alimentos: qual agrobiodiversidade e qual autonomia aos agricultores?* Florianópolis, Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – UFSC, 2017.
- Renting, H.; Madsen, T.; Banks. J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning*, 35, 393-411, 2003. doi: 10.1068%2Fa3510
- 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*, 38, 663-682, 2015. doi: 10.5380/dma.v38i0.41984
- Rover, O. J.; Darolt, M. R. Circuitos curtos de comercialização como inovação social que valoriza a agricultura familiar agroecológica. In: Darolt, M. R.; Rover, O. J. (Orgs.) *Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social*. Florianópolis: Estúdio Sempredo, 2021. p. 19-43. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/229738>. Acesso em: out. 2022.
- Santos, H. L. *Construção social de mercado orgânico: o caso da Cooperativa Ecoserra na Serra Catarinense*. Florianópolis, Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – UFSC, 2006.
- Viegas, M. T. *Agroecologia e circuitos curtos de comercialização num contexto de convencionalização da agricultura orgânica*. Florianópolis, Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – UFSC, 2016.
- Viegas, M. T.; Rover, O. J.; Medeiros, M. Circuitos (não tão) curtos de comercialização e a promoção de princípios agroecológicos: um estudo de caso na região da Grande Florianópolis. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, 42, 370-384, 2017. doi: 10.5380/dma.v42i0.50759
- Yin, Robert K. *Estudo de caso, planejamento e métodos*. São Paulo: Bookman, 2. ed., 2001.