



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

Adevan da Silva Pugas

**Inovações sociais em circuitos curtos de comercialização de alimentos orgânicos: estudo
de uma ação coletiva entre agricultores e serviços de alimentação em
Florianópolis/SC/Brasil**

Florianópolis

2024

Adevan da Silva Pugas

**Inovações sociais em circuitos curtos de comercialização de alimentos orgânicos: estudo
de uma ação coletiva entre agricultores e serviços de alimentação em
Florianópolis/SC/Brasil**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Agroecossistemas.
Orientador: Prof. Oscar José Rover, Dr.

Florianópolis

2024

Ficha de identificação da obra

Pugas, Adevan da Silva

Inovações sociais em circuitos curtos de comercialização de alimentos orgânicos : estudo de uma ação coletiva entre agricultores e serviços de alimentação em Florianópolis/SC/Brasil / Adevan da Silva Pugas ; orientador, Oscar José Rover, 2024.

164 p.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias, Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Florianópolis, 2024.

Inclui referências.

1. Agroecossistemas. 2. Redes agroalimentares alternativas. 3. Soluções inovadoras. 4. Agricultura orgânica. 5. Construção social de mercados. I. Rover, Oscar José . II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas. III. Título.

Adevan da Silva Pugas

Inovações sociais em circuitos curtos de comercialização de alimentos orgânicos: estudo de uma ação coletiva entre agricultores e serviços de alimentação em Florianópolis/SC/Brasil

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

Prof. Fábio Luiz Búrigo, Dr.

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Prof. Renê Birochi, Dr.

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Prof. Moacir Roberto Darolt, Dr.

Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná (IDR) e Universidade Federal do Paraná (UFPR)

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

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

Prof.(a) Oscar José Rover, Dr.

Orientador

Florianópolis, 2024.

A minha companheira, Antonia;
minha mãe, Maria Aparecida; minhas irmãs, Edneuza, Edinalva e Diana;
e meus sobrinhos, Eduardo, Letycia, Joaquim, Heitor e Pedro Benício.

AGRADECIMENTOS

À minha família, pelo amor e apoio incondicional, e pela compreensão nas ausências de momentos importantes. Vocês sempre acreditaram em mim, mesmo nos momentos mais desafiadores, e sem a força que me deram, esta empreitada não seria possível.

Agradeço ao meu orientador, Oscar Rover, pela dedicação, paciência e inspiração ao longo da caminhada. Seus conselhos foram fundamentais para o desenvolvimento desta pesquisa.

Agraço por acreditar em mim, mesmo quando eu tinha dúvidas.

Aos meus amigos e colegas de curso, agradeço pelas discussões produtivas, pela companhia nas horas de estudo e pelas trocas e apoio mútuo nas pesquisas. Cada um de vocês desempenhou um papel essencial na minha trajetória acadêmica.

Aos colegas do Núcleo de Desenvolvimento Rural Sustentável (NDRS), pelos momentos de aprendizado, mas também pelos momentos lúdicos, os quais fizeram a caminhada mais leve e divertida.

Não posso deixar de agradecer à Universidade Federal de Santa Catarina, por proporcionar o ambiente acadêmico e os recursos necessários para a realização desta pesquisa, bem como aos professores que contribuíram para a minha formação. E à CAPES pela concessão da bolsa, sem a qual esse sonho não seria realizado.

Por fim, dedico este trabalho a todos aqueles que, de alguma forma, me ajudaram a chegar até aqui. Cada palavra escrita carrega um pouco de vocês, e sou eternamente grato por tudo.

RESUMO

Esta tese debruça-se sobre as dinâmicas socio-organizativas na construção de iniciativas de circuitos curtos de comercialização (CCC) de alimentos, entendendo-as enquanto inovações sociais em potencial. O tópico das inovações sociais tem despertado interesse crescente de pesquisadores e desenvolvedores de políticas públicas, diante do seu potencial em gerar respostas endógenas, contextuais e adequadas às necessidades sociais de atores em contextos de vulnerabilidade. Nos últimos anos, esse interesse passou a ser mobilizado em estudos envolvendo a temática da alimentação, especialmente das redes agroalimentares alternativas e os CCC. No entanto, poucos estudos têm explorado as interações entre atores, e suas contribuições na construção de inovações sociais. A pesquisa objetivou analisar a dinâmica socio-organizativa na construção de uma iniciativa de circuitos curtos de comercialização de alimentos com potencial inovador envolvendo serviços de alimentação e organizações de agricultores orgânicos do entorno de Florianópolis. O trabalho compreende uma pesquisa-ação, desenvolvida partir da abordagem qualitativa, constituindo-se num estudo de caso desenvolvido entre os anos de 2021 e 2023. Os dados foram coletados por meio de questionários, grupos focais, observação participante, análise documental e análise de bibliografias locais/regionais. As análises foram apresentadas a partir da articulação de três artigos que compõem a tese, os quais mobilizam diferentes abordagens teóricas: inovação social, circuitos curtos de comercialização, a teorias da ação coletiva, as redes de cidadania agroalimentar e os ecossistemas de inovação social. A partir das análises que compõem a tese, apreendeu-se que a construção de inovações sociais em torno de CCC compreende um processo atravessado por diferentes dimensões, as quais impactam na dinâmica dos atores envolvidos, e consequentemente, no desenvolvimento das iniciativas. Um desses aspectos evidenciados compreende a *dimensão mercadológica*, associada ao interesse dos atores, a busca pelo atendimento a condicionantes ou expectativas para participarem de iniciativas de CCC, geralmente ligadas a questões econômicas. O estudo também evidencia uma *dimensão socioestrutural* que compreende os arranjos locais, redes de atores, dinâmicas socio-organizativas e trajetórias de inovação, que se apresentam oportunas para alavancar processos associativos e colaborativos. Por fim, o estudo evidencia uma *dimensão de agência*, que abrange os atores imbuídos na gestão dos processos coletivos, e na adoção de estratégias para a articulação, sensibilização e mobilização de atores sociais para a construção de inovações em CCC. Verificou-se que a construção de inovações sociais em torno de CCC compreende um processo resultante da articulação, sensibilização e mobilização de diferentes atores sociais, que se distingue de outras inovações pela complexidade que envolve os processos comerciais, mesmo em contextos de aproximação entre a produção e o consumo. Neste sentido, conclui-se que este tipo particular de ação coletiva compreende um processo complexo, em que se devem considerar aspectos altruístas – como valorização dos agricultores, a produção local e a promoção de práticas de consumo saudáveis e sustentáveis – mas também manter-se um olhar sensível às questões econômicas, para as quais incentivos, mediação e processos de sensibilização devem ser contextualmente administrados. Ademais, é pertinente identificar e mobilizar trajetórias de inovações, redes e dinâmicas socio-organizativas previamente existentes, como forma de potencializar processos de articulação, sensibilização e mobilização dos atores sociais envolvidos, aspectos chaves no desenvolvimento de experiências bem-sucedidas.

Palavras-chave: Redes agroalimentares alternativas. Agricultura orgânica. Soluções inovadoras. Construção social de mercados.

ABSTRACT

This thesis examines the socio-organizational dynamics in the construction of short food supply chains (SFSC) initiatives, considering them as potential social innovations. The topic of social innovations has garnered increasing interest from researchers and policymakers due to its potential to generate endogenous, contextual, and adequate responses to the social needs of actors in vulnerable contexts. In recent years, this interest has been extended to studies involving food systems, particularly alternative agri-food networks and SFSC. However, few studies have explored the interactions among actors and their contributions to the development of social innovations. The research aimed to analyze the socio-organizational dynamics in constructing an innovative SFSC initiative involving food services and organic farmers' organizations around Florianópolis. This work constitutes an action-research study developed through a qualitative approach, constituting a case study conducted between 2021 and 2023. Data were collected through questionnaires, focus groups, participant observation, document analysis, and local/regional bibliographic analysis. The analyses are presented through the articulation of three articles that comprise the thesis, mobilizing different theoretical approaches: social innovation, short food supply chains, collective action theories, agri-food citizenship networks, and social innovation ecosystems. From the analyses within the thesis, it was found that the construction of social innovations around SFSC is a process influenced by various dimensions, impacting the dynamics of the involved actors and, consequently, the development of the initiatives. One highlighted aspect is the market dimension, associated with the actors' interests and the search to meet conditions or expectations for participating in SFSC initiatives, usually linked to economic issues. The study also highlights a socio-structural dimension, encompassing local arrangements, actor networks, socio-organizational dynamics, and innovation trajectories, which are timely for leveraging associative and collaborative processes. Lastly, the study emphasizes an agency dimension, covering the actors involved in managing collective processes and adopting strategies for articulation, awareness-raising, and mobilization of social actors for constructing SFSC innovations. It was found that building social innovations around SFSC is a process resulting from the articulation, awareness-raising, and mobilization of different social actors, distinguishing itself from other innovations by the complexity involving commercial processes, even in contexts of proximity between production and consumption. In this sense, it is concluded that this particular type of collective action comprises a complex process, which should consider altruistic aspects – such as valuing farmers, local production, and promoting healthy and sustainable consumption practices – but also maintaining a sensitive view towards economic issues, for which incentives, mediation, and awareness-raising processes should be contextually managed. Additionally, it is pertinent to identify and mobilize pre-existing innovation trajectories, networks, and socio-organizational dynamics to enhance the articulation, awareness-raising, and mobilization processes of the involved social actors, which are key aspects in developing successful experiences.

Keywords: Alternative agri-food networks. Organic agriculture. Innovative solutions. Social construction of markets.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. As principais inovações sociais em torno da produção e do abastecimento de alimentos orgânicos da Grande Florianópolis.	53
Figura 2. Influência de fatores relacionados à compra de alimentos orgânicos por serviços de alimentação de Florianópolis.....	54
Figura 3. Representação da trajetória de inovação social empreendida pelos atores rurais do entorno da região da Grande Florianópolis, acrescida da iniciativa analisada nesta tese.	60
Figura 4. Mapeamento das iniciativas de circuito curto de comercialização, de organizações de agricultores e entidades de apoio na Grande Florianópolis.	78
Figura 5. Momentos da mobilização dos atores sociais na construção da Rede de Restaurantes Responsáveis.	84
Figura 6. Representação dos atores da Rede de Cidadania Agroalimentar envolvidos com a Rede de Restaurantes Responsáveis e externos com potencial de envolvimento.	89
Figura 7. Ciclo vicioso da relação entre agricultores e serviços de alimentação para a compra/venda de produtos.....	121
Figura 8. Representação simplificada das dinâmicas socio-organizativas em torno de circuitos curtos de comercialização entre serviços de alimentação de agricultores.....	137

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Lacunas abordadas na pesquisa e os respectivos objetivos do estudo.....	27
Quadro 2. Esquema resumido da pesquisa.	33
Quadro 3. Nível de concordância dos respondentes quanto às possíveis adaptações necessárias para viabilizar a aquisição de alimentos orgânicos da agricultura familiar local.	55
Quadro 4. Elementos da inovação social em CCC que contribuem para a emergência de soluções inovadoras.	61
Quadro 5. Principais elementos que caracterizam os ecossistemas de inovação social.	74
Quadro 6. Relação dos atores e suas contribuições no desenvolvimento da Rede de Restaurantes Responsáveis.	87
Quadro 7. A Rede de Cidadania Agroalimentar a partir da perspectiva dos ecossistemas de inovação social	92
Quadro 8. Relação das organizações de agricultores participantes das ações do projeto.	108
Quadro 9. Preocupações dos agricultores com as condições expostas pelos serviços de alimentação.	112
Quadro 10. Relação da oferta de alimentos ofertados de grupos de agricultores locais.	115
Quadro 11. Relação dos produtos adquiridos pelos serviços de alimentação e o percentual de comercialização em relação à quantidade ofertada na fase de compra experimental.	116
Quadro 12. Aspectos voltados ao engajamento dos atores na construção da iniciativa de circuitos curto de comercialização.	124

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRASEL - Associação dos Bares e Restaurantes de Santa Catarina

AFN - *Alternative Food Networks*

AMAP - Association pour le Maintien de l'Agriculture de Proximité

ATER – Assistência técnica e extensão rural

CCC - Circuitos Curtos de Comercialização

CCR - Células de Consumidores Responsáveis

CEPAGRO - Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo

CNPO - Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos

CSA - *Community Support Agriculture*

ECOVIDA - Rede Ecovida de Agroecologia

EPAGRI - Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina

FETAESC - Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Estado de Santa Catarina

FHORESC - Federação Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do Estado de Santa Catarina

GAS - *Gruppi d'Acquisto Solidale*

LACAF - Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar

MAPA - Ministério da Agricultura e Pecuária

MDA - Ministério do Desenvolvimento Agrário

ONGs - Organizações não-governamentais

PAA - Programa de Aquisição de Alimentos

PNAE - Programa Nacional de Alimentação Escolar

POF - Pesquisa Sobre Orçamentos Familiares

RCA - Redes de Cidadania Agroalimentar

RRR - Rede de Restaurantes Responsáveis

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SFSC - *Short Food Supply Chains*

SHRBS - Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis

SPG - Sistema Participativo de Garantia

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

NUPPRE - Núcleo de Pesquisa de Nutrição em Produção de Refeições

UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	19
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA	19
1.2	OBJETIVOS DA PESQUISA	25
1.2.1	Objetivo geral.....	25
1.2.2	Objetivos específicos	25
1.3	JUSTIFICATIVA	25
1.4	ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	28
2	ARTIGO 1. UMA TRAJETÓRIA DE INOVAÇÕES SOCIAIS PARA A COMPRA DIRETA DE ALIMENTOS ORGÂNICOS POR SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO EM FLORIANÓPOLIS, BRASIL	34
2.1	INTRODUÇÃO.....	34
2.2	ABORDAGEM TEÓRICA	37
2.2.1	Sobre o conceito de inovação social.....	37
2.2.2	Trajectoria de inovações sociais em iniciativas de circuitos curtos de comercialização.....	39
2.2.3	Serviços de alimentação em experiências de circuitos curtos de comercialização de alimentos	43
2.3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	46
2.3.1	Estratégia de pesquisa	46
2.3.2	Coleta e processamento de dados	46
<i>2.3.2.1</i>	<i>Limitação</i>	<i>47</i>
2.4	RESULTADOS	47
2.4.1	A produção e o acesso a alimentos orgânicos na Grande Florianópolis.....	47
2.4.2	Fatores condicionantes para a compra de alimentos orgânicos por serviços de alimentos de Florianópolis	53

2.5	DISCUSSÃO: ENTRE O INTERESSE DA DEMANDA E A CAPACIDADE SOCIO-ORGANIZATIVA DA OFERTA	56
2.5.1	Sobre o interesse e condições apresentadas pela demanda.....	56
2.5.2	Sobre a capacidade socio-organizativa da oferta.....	58
2.5.3	Elementos para uma trajetória de inovação social.....	59
2.5.4	Sumarizando as contribuições teóricas.....	62
2.6	CONCLUSÕES	63
2.6.1	Contribuições analíticas para a tese.....	65
3	ARTIGO 2. A DINÂMICA DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL DOS ATORES EM TORNO DE INOVAÇÃO SOCIAL EM CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS NA GRANDE FLORIANÓPOLIS/SC	67
3.1	INTRODUÇÃO	67
3.2	REVISÃO DE LITERATURA	70
3.2.1	Redes de Cidadania Agroalimentar	70
3.2.2	Ecosistemas de inovação social	73
3.3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	75
3.4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	76
3.4.1	A Rede de Cidadania Agroalimentar da Grande Florianópolis.....	76
3.4.2	A dinâmica de mobilização de atores sociais para a construção de alternativas de mercados.....	79
3.4.3	Atores mobilizadores e estratégias de mobilização social para a construção da Rede de Restaurantes Responsáveis	83
3.4.4	Rede de cidadania agroalimentar no fortalecimento da Rede de Restaurantes Responsáveis	85
3.4.5	RCA sob a perspectiva dos ecossistemas de inovação social.....	90
3.5	CONCLUSÕES	92
3.5.1	Contribuições analíticas para a tese.....	95

4	ARTIGO 3. O ENGAJAMENTO DOS ATORES NA CONSTRUÇÃO DE CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS: UM OLHAR PELA ABORDAGEM DA AÇÃO COLETIVA.....	98
4.1	INTRODUÇÃO.....	98
4.2	REVISÃO DE LITERATURA.....	100
4.2.1	As perspectivas teóricas da ação coletiva	100
4.2.2	Ação coletiva e engajamento dos atores.....	104
4.2.3	A ação coletiva em circuitos curtos de comercialização de alimentos	106
4.3	ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	108
4.3.1	Objeto/Sujeito da pesquisa.....	108
4.3.2	Coleta de dados	109
4.3.3	Sistematização e análise dos dados.....	110
4.4	RESULTADOS	110
4.4.1	A fase de concepção da iniciativa – os grupos focais	111
4.4.1.1	<i>Grupo Focal com as organizações de agricultores.....</i>	<i>111</i>
4.4.1.2	<i>Grupo focal com os serviços de alimentação.....</i>	<i>112</i>
4.4.2	A fase de experimentação da iniciativa.....	114
4.4.3	Avaliação da fase de compra experimental.....	117
4.5	DISCUSSÕES	118
4.5.1	Obstáculos para novas práticas de compra pelos serviços de alimentação..	118
4.5.2	O engajamento proativo dos agricultores	121
4.5.3	Para uma análise teórica do engajamento dos atores na construção de circuitos curtos de comercialização	122
4.6	CONCLUSÕES	125
5	CONCLUSÕES GERAIS DA TESE E CONSIDERAÇÕES FINAIS	129
	REFERÊNCIAS.....	138
	APÊNDICE A – Roteiro do questionário respondido pelos serviços de alimentação.....	154

AENDICE B – PROGRAMAÇÃO DOS GRUPOS FOCALIS	160
APENDICE C – Questionários de avaliação da fase de compra/venda experimental [versão serviços de alimentação]	161
AENDICE D – questionário de avaliação da fase de compra/venda experimental [versão para agricultores].....	163

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

A inovação compreende um fenômeno que emergiu no debate acadêmico enquanto central no desenvolvimento econômico dos países, estando presente em todas as áreas e segmentos da sociedade (AUDY, 2017). Este conceito popularizou-se no século XIX a partir do trabalho do economista Joseph Schumpeter, especialmente o seu livro intitulado “Teoria do Desenvolvimento Econômico” em 1911, onde defendia ser a inovação o motor do desenvolvimento econômico (SCHUMPETER, 1997).

O impulso dado pela contribuição *Schumpeteriana* oportunizou o desenvolvimento teórico da inovação em diversos domínios. Nesse contexto, ela passou a ser estudada sobre diferentes perspectivas, a partir de uma ampla gama de disciplinas e abordagens interconectadas. A inovação tecnológica, organizacional e a de modelos de negócios compreendem as principais frentes de atuação. Nessas e na maioria dos domínios, a noção de inovação está atrelada ao crescimento econômico e ao papel do empreendedorismo e sua vertente na concepção de novos produtos, serviços e processos para os resultados de organizações empresariais (PAIVA et al., 2018).

Nos últimos anos, a inovação passou a ampliar seu foco para questões sociais e ambientais, ampliando o alcance dessa noção para outros espectros que não os mercadológicos (AGOSTINI et al., 2017; MOULAERT et al., 2013; NEUMEIER, 2012). Questões sociais como desemprego, desigualdade social, mudanças climáticas, poluição, doenças e violência, dentre outros, passaram a ser crescentemente evocadas como temas dos quais fazem-se necessário empreender respostas efetivas (BIGNETTI, 2011; CASTELO, 2023). Soma-se a isto, a incapacidade demonstrada pelo Estado, os agentes do mercado, em solucionar essas que compreendem as mais importantes questões da atualidade, decorrência da sua complexidade.

É nesse cenário que tem crescido o interesse de estudiosos e formuladores de políticas no tema das inovações sociais, uma vez que essas representariam inovações contextuais e de cunho participativo, como respostas efetivas e adequadas às necessidades dos atores sociais para os quais foram concebidas. Segundo Ayob, Teasdale e Fagan (2016, p. 637), o termo inovação social tem raízes sociológicas, tendo sido empregado pela primeira vez no meio acadêmico no início do século XX, em Hoggan (1909), “para descrever ‘a substituição da vida tribal e de clã da África pela plantação das Índias Ocidentais’ como sendo inovação social”. Os

autores acrescentam, no entanto, que o conceito passou a ser empregado numa perspectiva alinhada à literatura contemporânea a partir dos anos 1980. Eles atribuem essa virada a “Gershuny (1983), em trabalho que analisava o impacto de inovações tecnológicas na provisão de funções específicas”, como aumentar o tempo de lazer e bem-estar da sociedade (AYOB; TEASDALE; FAGAN, 2016, p. 638).

Com a popularidade adquirida nas últimas décadas, o conceito passou a ser mobilizado em uma série de estudos, cobrindo uma ampla gama de domínios (BATAGLIN et al., 2021). Emergido mais intensamente nos contextos urbanos, passou a influenciar no debate em torno de várias temáticas, tais como empreendedorismo social, assistência social, saúde, sustentabilidade, dentre outros (ANDION et al., 2022; ANDION; ALPERSTEDT; GRAEFF, 2020; BATAGLIN et al., 2021; MANOEL; ANDION, 2023). Por sua vez, os estudos do meio rural têm focado em questões ligada ao desenvolvimento comunitário e local, à pobreza rural, sustentabilidade e redes de cooperação (BOSWORTH et al., 2016; CASTRO-ARCE; VANCLAY, 2020; KLUVANKOVA et al., 2021; RICHTER, 2019; ROVER; DE GENNARO; ROSELLI, 2016; STOUSTRUP, 2022). Nos últimos anos, essa abordagem teórica também tem focado nas temáticas da alimentação e experiências que promovem a aproximação produção-consumo, denominadas na literatura como circuitos curtos de comercialização de alimentos (ALBERIO; MORALLI, 2021; CHIFFOLEAU; LOCONTO, 2018; MAESTRIPIERI; PODDA; GIROLETTI, 2018; PETROPOULOU et al., 2022; SOUZA et al., 2021; VERCHER, 2022).

Os circuitos curtos de comercialização (CCC) representam a diversidade de canais comerciais e/ou de abastecimento com maior proximidade entre agricultores e consumidores, gerando alguma interação entre eles e com o mínimo de intermediários possível (DAROLT et al., 2016; DAROLT; LAMINE; BRANDENBURG, 2013). Eles caracterizam-se por ressocializar e reespecializar as relações em torno dos alimentos, possibilitando aos consumidores conhecer e avaliar a qualidade dos produtos ou mesmo as condições nas quais estão sendo produzidos e oferecidos (MARSDEN; BANKS; BRISTOW, 2000; RENTING; MARSDEN; BANKS, 2003).

Em diversos países houve uma proliferação de experiências de CCC, enquanto alternativas ao sistema agroalimentar convencional. As denominadas *Community Support Agriculture* (CSA), por exemplo, constituem parcerias firmadas entre produtores e consumidores, os quais cobrem o orçamento da produção (frequentemente um valor semestral),

assumem responsabilidades no processo, para então adquirir alimentos limpos (sem agrotóxicos) diretamente dos agricultores (BROWN; MILLER, 2008). Na Itália, os *Gruppi d'Acquisto Solidale* (GAS) compreendem iniciativas de autogestão em que consumidores se organizam e cooperam para compra e recebimento de produtos diretamente dos produtores (geralmente orgânicos) (BRUNORI; ROSSI; MALANDRIN, 2010). No Equador, as *Canastas Comunitarias* constituem coletivos de famílias de baixa renda que se organizam para economizar, através da compra e repartição conjunta de alimentos a preço de atacado, e avançando mais recentemente, para a compra de alimentos sem agroquímicos (BORJA et al., 2013). No Brasil, a experiência das Células de Consumidores Responsáveis (CCR) é um modelo de venda direta por pedidos antecipados, em que grupos de consumidores adquirem cestas contendo uma diversidade de alimentos orgânicos. Eles realizam o pagamento de forma antecipada (mensalmente) e recebem os produtos em pontos de entrega comuns aos participantes de cada CCR (MIRANDA et al., 2021).

Essas iniciativas passaram a ser revalorizados, diante da crise de desconfiança dos consumidores com os alimentos, emergida com os escândalos alimentares e da percepção de risco, que tem crescentemente alterado as práticas de consumo alimentar e promovido mudanças em toda a cadeia (GOODMAN, 2003; MÉNDEZ; ESPEJO, 2014; PORTILHO, 2009). Esse fenômeno está associado às consequências não pretendidas ocasionadas pelo desenvolvimento do sistema agroalimentar hegemônico, com destaque à destruição e contaminação de ecossistemas, redução da biodiversidade produtiva (ALTIERI, 2012; GLIESSMAN, 2009), concentração das cadeias alimentares em grandes corporações e exclusão de agricultores menos capitalizados (CAPELLESSO; CAZELLA, 2015), perda da cultura atrelada aos alimentos, aumento das perdas e desperdícios de alimentos, aumento da disponibilização e consumo de alimentos ultraprocessados e o surgimento de doenças crônicas (sobretudo atreladas ao sobrepeso e obesidade) (BAHIA et al., 2012; MARTINS et al., 2013), surgimento de escândalos envolvendo às corporações agroalimentares e a segurança dos alimentos (PLOEG, 2008). Nesse contexto, crescentemente os consumidores têm buscado acessar alimentos de qualidade superior, tendo a proximidade promovida pelos CCC como importante mecanismo de controle, especialmente em relação às características dos produtos, à ética e estética em torno das práticas de consumo.

Alguns autores atribuem às experiências de CCC o caráter de inovação, considerando os novos arranjos organizacionais e suas distintivas relações entre produção e consumo

(BRUNORI; ROSSI; MALANDRIN, 2010; MARSDEN; BANKS; BRISTOW, 2000; RENTING; MARSDEN; BANKS, 2003). O entendimento é de que essas experiências de aproximação entre a produção e o consumo possuem a capacidade de promover mudanças mais profundas no sistema alimentar, especialmente a nível local e regional. Alberio e Morelli (2021) argumentam que este processo é resultado da participação de novos e diferentes atores sociais, promovendo a criação de conhecimentos e aprendizados coletivos, processo que se estabelece pelas novas práticas sociais, mas também pelas novas relações sociais estabelecidas. Vercher (2018) atribui centralidade à reconfiguração das relações sociais nesse tipo de experiência, evidente na construção de novas redes de atores, em novas atitudes desses atores sociais e nos novos arranjos de governança que emergem do processo. Outro aspecto mobilizado para análise de inovações sociais em CCC compreende participação dos atores envolvidos (os beneficiários) e “a subversão da dinâmica socioeconômica preexistente que pode gerar um processo de marginalização econômica” (MAESTRIPIERI; PODDA; GIROLETTI, 2018, p. 410).

Petropoulou et al. (2022), em uma revisão exploratória sobre inovações sociais em CCC, atribuem papel imprescindível às relações de confiança no desenvolvimento de experiências inovadoras, resultado do comprometimento, da transparência e do engajamento dos atores. Nas palavras dos autores, essas inovações compreenderiam “processos que mudam os sistemas de CCC ao alterar a forma como os atores pensam, se relacionam e agem, resultando, em última análise, na criação de valor sustentável no desempenho econômico e social dos CCC” (PETROPOULOU et al., 2022, p. 191). Os autores acrescentam que nesses processos é crucial que um grupo de atores dedicados atuem na formação conjunta das inovações.

Embora em expansão, diante da crise de desconfiança no modelo de abastecimento convencional, as iniciativas de CCC ainda ocupam espaços marginais no modelo de abastecimento contemporâneo de alimentos. Muitos produtores ainda se vêem diante de desafios para acessar mercados mais adequados a suas realidades técnicas, produtivas e culturais. O acesso a novos e diferenciados canais de comercialização torna-se condicionante primordial para a expansão das experiências de agricultura orgânica e agroecológica, na medida em que a ampliação da demanda tende a gerar campo fértil à conversão de mais estabelecimentos agropecuários orientados por essas abordagens produtivas.

Nesse sentido, os serviços de alimentação podem representar demanda oportuna aos agricultores orgânicos e suas organizações. Eles são empreendimentos comerciais que atuam na produção e comercialização de refeições, tais como restaurantes, lanchonetes, hotéis e

deliveries, dentre outros (GODDARD, 2020; QUEIROZ; COELHO, 2017; RODRÍGUEZ-LÓPEZ et al., 2020; VOGEL et al., 2021). Esses empreendimentos constituem atores do sistema alimentar que apresentam demanda agregada, o que representa a aquisição de maiores volumes de alimentos, em comparação ao consumo individual e familiar (NIEDERLE; SCHUBERT, 2020; ZANETI; SCHNEIDER, 2016). Este contexto mostra-se promissor, diante da tendência de crescimento do consumo de refeições produzidas fora dos domicílios, ao menos antes da pandemia do COVID-19 (LEAL, 2010; QUEIROZ; COELHO, 2017).

Num contexto de busca por uma alimentação saudável e sustentável pela população, os serviços de alimentação podem consolidar-se enquanto equipamentos de demanda por alimentos orgânicos da agricultura familiar, favorecendo a consolidação de uma abordagem agroecológica¹. Os CCC constituem uma alternativa de aquisição desses produtos, uma vez que neles os preços tendem a ser menores para quem compra, e ao mesmo tempo, maiores para quem vende. Isto devido a redução do número de intermediários envolvidos em transações, mas também pelos menores custos logísticos inerentes à aproximação espacial entre os elos da cadeia agroalimentar (DAROLT; LAMINE; BRANDENBURG, 2013; MIRANDA, 2020; ROVER; RAMOS; MIRANDA, 2020).

Os CCC têm crescentemente ganhado relevância no âmbito da atuação de diversos atores sociais na região da Grande Florianópolis. Nos últimos anos, diversas experiências têm-se desenvolvido, o que têm ampliado o envolvimento de um número crescente de consumidores, além de promover mudanças nas práticas de acesso e consumo alimentar, especialmente por meio da ampliação da sua responsabilização e atuação coletiva deste público (ESCOSTEGUY, 2019; MIRANDA, 2020; SOUZA et al., 2021). Recentemente, a partir dessa orientação de promover iniciativas de CCC e do sucesso das experiências desenvolvidas, os atores sociais passaram a problematizar à necessidade de conceber novas iniciativas, ampliando seus benefícios a mais agricultores e suas organizações, bem como oportunizar o envolvimento de novos atores do sistema agroalimentar, caso dos serviços de alimentação. No plano estratégico, esse envolvimento promoveria ampliação do acesso à alimentos orgânicos mediante o alcance de empreendimentos atuantes na alimentação fora de casa. Para tanto, novas questões emergiram desse debate, destacando a necessidade de melhor compreender as circunstâncias

¹ Embora a literatura apresente diferenças em relação a agricultura orgânica e a agroecologia (ABREU et al., 2012; ASSIS; ROMEIRO, 2002), este estudo fará referência apenas à agricultura orgânica, considerando que a legislação brasileira que trata dos orgânicos (Lei 10.831) contempla também a produção “agroecológica” (BRASIL, 2003) e pela agricultura orgânica, em certa medida, também fazer parte da abordagem agroecológica.

sociais e organizativas capazes de catapultar a promoção de novas experiências de CCC, com especial atenção à aproximação entre agricultores e serviços de alimentação.

Embora algumas pesquisas discutam os fatores que condicionam os serviços de alimentação na aquisição de alimentos orgânicos (LU; GURSOY, 2017; MARTINELLI, 2018; POULSTON; YIU, 2011), pouco se avançou na compreensão sobre a articulação e o engajamento desses empreendimentos em experiências de CCC (PACIAROTTI; TORREGIANI, 2018). De modo mais específico, seu potencial na construção de CCC, incluindo suas motivações e condicionantes para o envolvimento nessas iniciativas ainda são pouco explorados. Além disso, fica a questão de qual dinâmica organizacional poderia contribuir na construção de uma iniciativa de CCC entre serviços de alimentação e organizações de agricultores, e suas dificuldades e oportunidades inerentes.

Deste modo, o foco do presente estudo centra-se nas dinâmicas socio-organizativas para construção de iniciativas de CCC potencialmente inovadoras. Estudou-se a configuração de uma ação de compra e venda direta alimentos orgânicos entre organizações de agricultores próximos e serviços de alimentação de Florianópolis. Nesse sentido, a tese coloca a seguinte questão orientadora: *“Quais aspectos impactam na construção de processos de ação coletiva para a geração de inovação social em circuitos curtos de comercialização entre organizações de agricultores e serviços de alimentação?”*. A pesquisa aborda a construção de uma iniciativa com potencial de inovação social, que gere novas e efetivas respostas a problemas ou necessidades enfrentados por comunidades ou grupos sociais (agricultores, serviços de alimentação e consumidores). Para tanto, o foco analítico centra-se nas dinâmicas, condicionantes e conjunturas através das quais distintos atores podem mobilizar-se para, coletivamente, construir iniciativas de comercialização de alimentos, geradoras de transformações significativas no sistema agroalimentar em dado território.

Os agricultores são compreendidos como beneficiários diretos da inovação social proposta, a partir da oportunidade de acesso a novos mercados, enquanto os consumidores são compreendidos como beneficiários indiretos, pela oportunidade de consumir fora dos domicílios refeições produzidas à base de ingredientes orgânicos. Os serviços de alimentação são considerados beneficiários diretos da iniciativa, na medida em que sejam reconhecidos por promover práticas sustentáveis em seus estabelecimentos, e sua marca relacionada a inovações sustentáveis.

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

1.2.1 Objetivo geral

Analisar a dinâmica socio-organizativa na construção de uma iniciativa de circuitos curtos de comercialização de alimentos com potencial inovador envolvendo serviços de alimentação e organizações de agricultores orgânicos do entorno de Florianópolis.

1.2.2 Objetivos específicos

- i. Identificar os fatores condicionantes para a participação de serviços de alimentação em uma iniciativa em construção de CCC com potencial inovador, e a capacidade das organizações de agricultores orgânicos locais de atender a essas condições;
- ii. Compreender a dinâmica organizativa dos *stakeholders*, suas contribuições e percalços na mobilização social para construção da iniciativa de CCC, envolvendo serviços de alimentação e organizações de agricultores orgânicos do entorno de Florianópolis/SC;
- iii. Investigar as razões que influem no engajamento do público beneficiário (serviços de alimentação e de organizações de agricultores orgânicos) na concepção e experimentação de uma iniciativa de CCC para a compra/venda de alimentos orgânicos em Florianópolis/SC.

1.3 JUSTIFICATIVA

O projeto insere-se no âmbito de atuação do Grupo de Pesquisa Agroecologia e Circuitos de Comercialização de Alimentos e do Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (LACAF), da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Esses grupos atuam na construção, estudo e proposição de inovações no âmbito da comercialização de alimentos orgânicos, visando a ampliação de mercados estáveis e rentáveis aos segmentos da agricultura familiar, bem como a ampliação do acesso à alimentos de qualidade superior aos consumidores de centros urbanos. Esta pesquisa constitui parte de uma pesquisa-ação em torno da construção de iniciativas cooperadas de compra/venda de alimentos orgânicos, envolvendo organizações de agricultores e serviços de alimentação em cidades populosas.

Um dos projetos, desenvolvido no âmbito desses grupos, corresponde às Células de Consumidores Responsáveis (CCR) (<http://lacaf.paginas.ufsc.br/celula-de-consumo->

[responsavel/](#)), que constituem uma tecnologia social de venda direta de alimentos orgânicos/agroecológicos, envolvendo grupos de consumidores e de agricultores. Tendo iniciado em 2017 com a entrega de 27 pedidos, a iniciativa atualmente comercializa mais de 500 cestas de alimentos, em 12 pontos de distribuição na Grande Florianópolis. Seu acelerado crescimento evidencia a demanda aquecida, e justifica ações para atendê-la, além de favorecer agricultores dispostos à conversão orgânica e/ou a transição agroecológica. Além disso, seu desenvolvimento evidenciou a possibilidade de constituição de iniciativas de CCC, indo além da articulação dos consumidores, como é o caso do envolvimento dos serviços de alimentação, tais como os restaurantes, *deliveries* de refeições prontas, bares, hotéis, dentre outros.

A demanda pela construção de uma iniciativa de CCC que aproximasse a gastronomia local e os empreendimentos desse segmento foi identificada pela primeira vez em seminário realizado em 2018, promovido no âmbito do projeto “*Alimentos Bons, Limpos e Justos: Ampliação e Qualificação da Participação da Agricultura Familiar Brasileira no Movimento Slow Food*” que contou com a participação de diversos atores sociais ligados a agricultura familiar e à agroecologia na região da Grande Florianópolis-SC.

No ano seguinte, percebeu-se a importância de promover estudos sobre as condições e oportunidades para a construção de uma iniciativa desta natureza em Florianópolis/SC. A partir da realização do **Seminário Internacional Alimentos Agroecológicos e Redes de Produção-Consumo** (<http://www.seminarioproducaoconsumo.ufsc.br/>), organizado pelo LACAF, com o apoio de diversas outras organizações, foi realizado um grupo de trabalho (GT) intitulado “*Do campo ao restaurante: uma proposta para aquisição de produtos orgânicos da agricultura familiar local*”. Na presença de vários profissionais de serviços de alimentação e lideranças de organizações de agricultores, ficou evidente a necessidade de se compreender as condições necessárias para a estruturação de iniciativas cooperadas de compra e venda de alimentos orgânicos/agroecológicos envolvendo serviços de alimentação. Além disso, a ampla participação no GT demonstrou terreno fértil para a construção de uma proposta em Florianópolis.

O Quadro 1 apresenta as lacunas que mobilizaram a realização do estudo, organizadas a partir dos objetivos específicos da tese. Sob o prisma teórico, o estudo mostra-se pertinente ao buscar compreender as condições em que distintos atores (de circuitos e redes agroalimentares) podem associar-se em torno de ações colaborativas, mesmo estando envolvidos em relações econômicas que frequentemente orientam-se por lógicas convencionais. A pesquisa também pode ajudar a compreender em que medida e como a organização social materializada por

interfaces de cooperação (acessadas pelos agricultores dentro e com outras organizações), e a dinâmica socio-organizativa que lhe materializam, contribuem para a formação e o fortalecimento de iniciativas colaborativas, oportunizando a concretização de seu potencial inovador. Além disso, o estudo pretende lançar luz sobre a atuação dos atores articuladores nesse processo, refletindo sobre as estratégias mais eficazes no desenvolvimento de ações dessa natureza.

O estudo lança luz sobre aspectos pertinentes para a compreensão das dinâmicas socio-organizativas na construção de iniciativas de CCC, entendidas enquanto lócus capazes de emergir inovações sociais. Nessa perspectiva, traça-se uma relação entre as teorias dos CCC e das inovações sociais, como forma de trazer à tona as circunstâncias em que atores se juntam para coletivamente idealizar, planejar e executar ações inovadoras para o enfrentamento de problemáticas vivenciadas no cotidiano – especialmente questões de acesso à mercados e à alimentos orgânicos em diferentes entrepostos dos sistemas agroalimentares. Nesse sentido, o estudo mobiliza aspectos relevantes na análise de processos de ação coletiva, e entendendo-as enquanto potencialmente inovadoras incorpora elementos desta abordagem, tais como as estratégias de mobilização social dos atores, participação, engajamento dos envolvidos e dinâmicas socio-organizativas locais/regionais.

Neste sentido, o estudo pode trazer contribuições ao debate da ação econômica socialmente construída, bem como a importância de organizações coletivas e instituições públicas no desenvolvimento de inovações sociais nos sistemas agroalimentares e no desenvolvimento rural. Ademais aborda o papel dos atores articuladores e facilitadores na concepção, experimentação e implementação dessas novas ações coletivas. Indivíduos e organizações imbuídos na mobilização de recursos voltados a emergência de processos de mudança a partir de repertórios de ação coletiva, especialmente capazes de gerar impactos e transformações nas relações sociais em sistemas agroalimentares e seus territórios.

Quadro 1. Lacunas abordadas na pesquisa e os respectivos objetivos do estudo.

Lacunas de pesquisa	Objetivos do estudo
-Poucos estudos têm abordado as condições adequadas para a envolvimento de serviços de alimentação em iniciativas de compra via circuitos curtos de comercialização de alimentos.	-Identificar e analisar os fatores condicionantes para a participação de serviços de alimentação em uma iniciativa em construção de CCC com potencial inovador, e a capacidade das organizações de agricultores orgânicos locais de atender a essas condições.
- Pouco se compreende sobre o papel das redes de atores sociais, e como as organizações e instituições em interfaces cooperativas podem contribuir, para a	- Compreender a dinâmica organizativa dos <i>stakeholders</i> , suas contribuições e percalços na mobilização social e construção da iniciativa de CCC

emergências de inovações sociais, em especial no fortalecimento de experiências de CCC. Estudos apontam que arranjos de múltiplos atores como sendo ‘ecossistemas de inovação social’, mas essa abordagem foi pouco explorada em estudos sobre CCC.	envolvendo serviços de alimentação e organizações de agricultores orgânicos do entorno de Florianópolis/SC.
- Os estudos sobre o engajamento em dinâmicas comerciais de CCC pouco têm avançado em analisar atores intermediários como serviços de alimentação, lacuna ainda mais evidente em experiências em estágios iniciais.	- Analisar o engajamento de serviços de alimentação e de organizações de agricultores orgânicos na concepção e experimentação de uma iniciativa de circuitos curtos de comercialização para a compra/venda de alimentos orgânicos em Florianópolis/SC.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Sob a perspectiva empírica, o estudo contribui com a compreensão e estímulo ao desenvolvimento de sistemas agroalimentares saudáveis e sustentáveis, desvelando o potencial do encurtamento das cadeias e da construção de mercados diferenciados no desenvolvimento de sistemas de produção e abastecimento menos danosos ao meio ambiente. Além disso, insere-se no debate em torno da ampliação e democratização do acesso a mercados e a alimentos orgânicos, que se daria mediante aquisição/consumo de refeições produzidas a partir de alimentos livre de agrotóxicos (contexto da alimentação fora de casa). Isto pode impactar positivamente em toda o sistema agroalimentar, desde o estímulo à produção orgânica sem o uso de agrotóxicos até o consumo saudável e sustentável, estimulando processos econômicos locais.

1.4 ASPECTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho compreende uma pesquisa-ação desenvolvida junto a serviços de alimentação de Florianópolis e organizações de agricultores orgânicos de municípios do seu entorno. Segundo Thiollent (1986) este tipo particular de pesquisa social corresponde àquela “[...] concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo, no qual pesquisadores e os participantes representantes da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo” (p. 14). O autor acrescenta que neste tipo de abordagem metodológica articulam-se dois objetivos, sendo o primeiro ligado ao conhecimento para o qual se propõe investigar e o segundo a resolução de uma situação problemática, da qual resulta a participação dos sujeitos da pesquisa.

Nas palavras de Tripp (2005), a pesquisa-ação compreende uma modalidade particular de investigação-ação e envolve “toda tentativa continuada, sistemática e empiricamente fundamentada de aprimorar a prática” (p. 443). Nesse sentido, este tipo de pesquisa difere-se

da pesquisa tradicional, que se posiciona como independente e não-reativa ao contexto estudado e com o envolvimento exclusivo na investigação. Ao contrário, a pesquisa-ação procura simultaneamente aprimorar os conhecimentos e promover o aprimoramento (mudança) de práticas ou resolução de situações problemáticas percebidas pelos atores do contexto pesquisado (ENGEL, 2000; THIOLENT, 1986; TRIPP, 2005).

Desde seu surgimento, na década de 1930, a utilização deste tipo de abordagem metodológica tem se difundido em vários domínios, especialmente a psicologia, a sociologia e a educação (ENGEL, 2000; JEFFERSON, 2014). No entanto, conforme argumenta Engel (2000), “a pesquisa-ação tem por objeto de pesquisa as ações humanas”, podendo então ser mobilizada para o estudo de uma ampla gama de questões, desde que o foco envolva a problematização de práticas, ações ou processos. Segundo Perry e Gummesson (2004) ela desenvolve-se em ciclos contínuos de atividades, constituídos a partir da reflexão, planejamento, experimentação, observação e revisão do planejamento.

Nesse contexto, a pesquisa-ação é desenvolvida na medida em que um grupo de atores inicialmente problematiza situações envolvendo a ação grupal (reflexão), e concebe uma ou mais mudanças nas práticas a fim de aprimorar ou substituir a ação empreendida convencionalmente (planejamento). Na sequência essa mudança é testada pelo grupo (experimentação), e posteriormente é avaliada sua efetividade na resolução da situação problemática (observação). A partir da análise dos dados oriundos da experimentação, a nova prática pode ser aprimorada e novamente testada, ou novas questões e mudanças podem ser identificadas (revisão do planejamento), dando sequência ao ciclo da pesquisa (ENGEL, 2000; JEFFERSON, 2014; PERRY; GUMMESSON, 2004).

Essa abordagem tem sofrido críticas por parte da comunidade acadêmica, tais como frequentemente tratar de questões situacionais e específicas, de amostras limitadas (não representativa), com relevância estritamente local e baixa relevância dada a teorias, aspectos que segundo a perspectiva da pesquisa tradicional compromete a qualidade dos resultados científicos (ENGEL, 2000; GUSTAVSEN, 2008; TRIPP, 2005). No entanto, alguns autores atribuem esses problemas não à abordagem da pesquisa-ação em si, mas à próprias inconsistências metodológicas no desenho das pesquisas (FRIEDMAN; ROGERS, 2009; THIOLENT, 1986; TRIPP, 2005). Tripp (2005) argumenta que os profissionais que atuam com pesquisa-ação “empregam técnicas de pesquisa, de qualidade suficiente para enfrentar a

crítica dos pares na universidade, para informar o planejamento e a avaliação das melhoras obtidas” (p. 463).

Este trabalho compreende uma ação no âmbito do Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (LACAF/UFSC), que desde sua criação em 2011, mantém atuação junto a distintos segmentos da agricultura familiar que atuam na produção orgânica e agroecológica no estado de Santa Catarina (MIRANDA, 2020). De forma conjunta com os agricultores e suas organizações, e outros atores sociais, o LACAF/UFSC tem atuado no estudo, concepção, experimentação e avaliação de ações ligadas a comercialização de produtos orgânicos/agroecológicos da agricultura familiar. Essa atuação busca gerar inovações capazes de responder às demandas de acesso à produtos de qualidade superior por parte dos consumidores, bem como acesso a mercados justos e estáveis para os agricultores (CARRIERI; PUGAS; ROVER, 2023).

Dessa intrínseca articulação derivam novas iniciativas de compra e venda de alimentos orgânicos/agroecológicos², e a partir delas são desenvolvidas pesquisas, sejam como contribuição ao campo de estudo, assim como para avaliação/aprimoramento das iniciativas³. Neste estudo, além analisar-se o potencial de geração de inovações sociais a partir da construção de CCC, se busca gerar informações que auxiliem na promoção da articulação dos atores/sujeitos em torno da construção de iniciativas coletivas de compra/venda de produtos orgânicos.

O estudo utilizou uma abordagem qualitativa. Esta abordagem mobiliza-se a partir do desenho metodológico que busca a obtenção de dados relativos à natureza, origem ou razão dos fenômenos, enquanto a quantitativa consiste na comparação numérica de elementos passíveis de quantificação (MARCONI; LACATOS, 2003). A pesquisa apresenta-se como qualitativa pois debruçou-se sobre as relações e interações instituídas pelos atores sociais em torno da construção de uma iniciativa de CCC.

Como a pesquisa restringiu-se a atores da região da Grande Florianópolis, constitui assim um estudo de caso, de abrangência e representatividade restrita. Do ponto de vista empírico, este tipo de pesquisa corresponde ao estudo de uma unidade que se analisa

² Uma iniciativa de destaque é das Células de Consumidores Responsáveis, a qual contou com a ativa participação dos agricultores em todas as fases de sua concepção. Detalhes sobre a iniciativa podem ser acessadas em Miranda et al. (2021).

³ Das experiências construídas pelo LACAF são desenvolvidos TCC, teses e dissertações com diversos enfoques teóricos e metodológicos.

profundamente (o objeto da pesquisa). Segundo Godoy (1995), este tipo de pesquisa, muito utilizado nas ciências sociais, “visa ao exame detalhado de um ambiente, de um simples sujeito ou de uma situação em particular” (GODOY, 1995, p. 25), representando formas de investigação que analisam determinados fenômenos em profundidade e considerando o contexto nos quais ocorrem (YIN, 2001). Em conformidade com esta abordagem, este estudo buscará compreender de forma profunda e contextual a dinâmica socio-organizativa e suas implicações para o desenvolvimento de iniciativas de CCC com potencial inovador.

A pesquisa foi desenvolvida em três etapas, as quais mobilizaram diferentes técnicas de coletas de dados. Segundo Gil (2002) no trabalho de campo em pesquisas sociais tende-se a mobilizar variadas técnicas de coletas de dados. Conforme Thiollent (1986, p. 57) “na pesquisa-ação recorre-se a técnicas de coletas de grupo e aos mais variados procedimentos, inclusive questionários e entrevistas. O uso de variadas técnicas de coleta de dados proporciona uma compreensão abrangente e precisa dos fenômenos sociais complexos, que ao oferecer perspectivas únicas que se complementam, permite uma visão mais completa e contextualizada dos temas em estudo (QUIVY; CAMPENHOUDT, 2005).

Acompanhando as etapas da pesquisa, a estrutura da tese foi desenvolvida em formato alternativo, a partir da articulação de três artigos científicos, que constituem distintas especificidades da problemática abordada na pesquisa.

No artigo 1, *“Uma trajetória de inovações sociais para a compra direta de alimentos orgânicos por serviços de alimentação: um estudo de caso em Florianópolis, Brasil”*, parte-se da busca pela compreensão dos fatores condicionantes para o envolvimento dos serviços de alimentação em iniciativas de CCC diretamente dos agricultores locais e suas organizações. Para tanto, mobilizou-se a perspectiva teórica das inovações sociais, articulando-a com a abordagem dos circuitos curtos de comercialização. O estudo contou com um levantamento prévio e envio de questionários a serviços de alimentação de Florianópolis. Concomitantemente, neste artigo procedeu-se a revisão de estudos bibliográficos locais sobre o desenvolvimento de iniciativas prévias em torno da agricultura orgânica e circuitos curtos de comercialização, com o intuito de verificar a existência e o mecanismo em torno do qual práticas bem-sucedidas contribuem para o desenvolvimento de novas experiências (processo referido aqui enquanto uma trajetória de inovações sociais).

O artigo 2, com o título *“A dinâmica de mobilização social dos atores em torno de inovação social em circuitos curtos de comercialização de alimentos na Grande*

Florianópolis/SC”, busca compreender a dinâmica em torno da articulação e mobilização dos atores sociais na construção de iniciativa de CCC com potencial inovador. Este trabalho é resultado na análise do histórico de mobilização rede de instituições e organizações sociais no processo em torno da construção de uma iniciativa de CCC para a comercialização de alimentos orgânicos entre organizações de agricultores orgânicos e os serviços de alimentação interessados em envolver-se em experiências de aquisição e uso de produtos orgânicos e/ou agroecológicos. Para tanto, empreende-se uma pesquisa-ação, onde abordou-se o histórico e a dinâmica organizativa de um conjunto de atores do território, referida enquanto uma rede de cidadania agroalimentar (MIRANDA, 2020; SOUZA et al., 2021), e refletiu-se sobre o contexto empírico e seu possível alinhamento à abordagem dos ecossistemas de inovação social.

O artigo 3, intitulado “*O engajamento dos atores na construção de circuitos curtos de comercialização de alimentos: um olhar pela abordagem da ação coletiva*”, é um desdobramento das ações de pesquisa-ação da etapa anterior, buscando compreender de que maneira os atores interessados se engajam na construção de iniciativas de CCC de venda direta, e em quais circunstâncias esse engajamento pode ser potencializado. Nesta etapa, participaram agricultores e profissionais de serviços de alimentação na concepção e experimentação de uma ação de compra direta de alimentos orgânicos. Esse envolvimento foi analisado à luz da teoria da ação coletiva, o que possibilitou de identificar os aspectos que condicionam a efetiva participação dos atores, sendo essas condições essenciais para o desenvolvimento de uma inovação social. Nele permitiu-se refletir teoricamente sobre a ação coletiva em iniciativas de CCC, especialmente na dinâmica participativa em estágios iniciais. No Quadro 2 apresenta-se uma síntese do desenho do estudo e a forma com a qual a tese foi estruturada, considerando as abordagens teóricas e o percurso metodológico empregado na pesquisa, elementos que condicionam o cumprimento dos objetivos específicos a que se propõe o estudo.

Quadro 2. Esquema resumido da pesquisa.

TÍTULO DA TESE:			
Ação coletiva para inovações sociais em circuitos curtos de comercialização de alimentos orgânicos: estudo de uma iniciativa entre agricultores e serviços de alimentação em Florianópolis/SC/Brasil			
PERGUNTA DE PESQUISA:			
Quais aspectos impactam na construção de processos de ação coletiva para a geração de inovação social em circuitos curtos de comercialização entre organizações de agricultores e serviços de alimentação?			
OBJETIVO GERAL:			
Analisar a dinâmica socio-organizativa na construção de uma iniciativa de circuitos curtos de comercialização de alimentos com potencial inovador envolvendo serviços de alimentação e organizações de agricultores orgânicos do entorno de Florianópolis.			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ARTIGOS DESENVOLVIDOS	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	COLETA DE DADOS
Identificar os fatores condicionantes para a participação de serviços de alimentação em uma iniciativa em construção de CCC com potencial inovador, e a capacidade das organizações de agricultores orgânicos locais de atender a essas condições;	Uma trajetória de inovações sociais para a compra direta de alimentos orgânicos por serviços de alimentação: um estudo de caso em Florianópolis, Brasil.	Circuitos curtos de comercialização de alimentos (KNEAFSEY et al., 2013; MARSDEN; BANKS; BRISTOW, 2000; RENTING; MARSDEN; BANKS, 2003); Inovações sociais (ANDRÉ; ABREU, 2006; MOULAERT et al., 2013; NEUMEIER, 2012, 2017).	Levantamento dos serviços de alimentação da porção insular de Santa Catarina. Envio de questionário online. Revisão bibliográfica de estudos sobre circuitos curtos de comercialização de alimentos.
Analisar as contribuições efetivas e potenciais da rede de cidadania agroalimentar da Grande Florianópolis no desenvolvimento de uma iniciativa de CCC envolvendo serviços de alimentação e organizações de agricultores orgânicos do entorno de Florianópolis.	A dinâmica de mobilização social dos atores em torno de inovação social em circuitos curtos de comercialização de alimentos na Grande Florianópolis/SC	Redes de cidadania agroalimentar (HASSANEIN, 2003; LAMINE; DAROLT; BRANDENBURG, 2012; LANG, 2005; PASCUCCI, 2010; RENTING; SCHERMER; ROSSI, 2012; ZAGATA, 2014); Ecossistemas de inovação social (ANDION et al., 2022; AUDRETSCH; EICHLER; SCHWARZ, 2022; DOMANSKI; HOWALDT; KALETKA, 2020; NIEKERK et al., 2022).	Observação participante ao longo do desenvolvimento da pesquisa-ação, bem como em reuniões, encontros e seminários.
Analisar o engajamento de serviços de alimentação e de organizações de agricultores orgânicos na concepção e experimentação de uma iniciativa de circuitos curtos de comercialização para a compra/venda de alimentos orgânicos em Florianópolis/SC.	O engajamento dos atores na construção de circuitos curtos de comercialização de alimentos: um olhar pela abordagem da ação coletiva.	Abordagem teórica da ação coletiva (ALCOFORADO, 2009; CEFAI, 2008; KREMER, 2019; OSLON, 1999; OSTROM, 2007; OSTROM et al., 1999; SABOURIN, 2010); Difusão de inovações (GIACOMINI FILHO; GOULART; CAPRINO, 2007; ROGERS, 1995).	Realização de grupos focais com lideranças de organizações de agricultores orgânicos e profissionais de serviços de alimentação; Observação participante (fase experimental de compra e venda) e questionários de avaliação.

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

2 ARTIGO 1. UMA TRAJETÓRIA DE INOVAÇÕES SOCIAIS PARA A COMPRA DIRETA DE ALIMENTOS ORGÂNICOS POR SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO EM FLORIANÓPOLIS, BRASIL⁴

Resumo: Embora nas últimas décadas tenha crescido o interesse nas chamadas circuitos curtos de comercialização (CCC), como resposta à crise de desconfiança no sistema agroalimentar globalizado, especialmente pelo maior envolvimento de consumidores, os estudos e as inovações sociais que emergiram desse fenômeno pouco avançaram em envolver os atores da alimentação fora de casa. O artigo analisa fatores condicionantes para a formação de circuitos curtos de comercialização, aqui referidos enquanto inovação social com potencial na compra de alimentos orgânicos, envolvendo serviços de alimentação e agricultores orgânicos da Região da Grande Florianópolis, Brasil. A pesquisa utilizou questionários junto a serviços de alimentação; observações participante e não participante, e análise de dados secundários junto a organizações de agricultores da região. Os serviços de alimentação, que em sua maioria ainda não adquirem produtos orgânicos de produtores locais, mostram-se interessados em integrar iniciativas de compra diretamente dos agricultores e suas organizações, embora tenham apresentado uma série de condições para isso. No entanto, os agricultores possuem capacidade, ao menos em parte, de responder às condições requeridas, devido à sua trajetória inovadora e capacidade socio-organizativa. Conclui-se que a disposição dos serviços de alimentação, associada à trajetória de inovações sociais em circuitos curtos abastecidos por agricultores do entorno de Florianópolis, evidencia um potencial de convergir distintos interesses para a geração de uma nova iniciativa de CCC, dando sequência à trajetória inovadora protagonizada pelos atores sociais que atuam com o espaço rural. Isso poderia ampliar o impacto das iniciativas de CCC em andamento, garantindo aos consumidores o acesso a alimentos locais, mesmo na alimentação fora do domicílio.

Palavras-chave: Sistemas alimentares; circuitos curtos de comercialização; inovações sociais; agricultura orgânica; restaurantes.

2.1 INTRODUÇÃO

Diante da crise de desconfiança que afeta o sistema agroalimentar, diversas alternativas de abastecimento surgiram, expressando novos valores e preocupações dos consumidores com aspectos relacionados à segurança de seus alimentos (GOODMAN, 2003; MÉNDEZ; ESPEJO, 2014; PORTILHO, 2009). Dada a centralidade da alimentação para o desenvolvimento da humanidade, o acesso a uma alimentação saudável e sustentável é uma necessidade social que tem despertado cada vez mais o interesse de diversos atores, gerando

⁴ Este artigo teve sua versão integral aprovada e publicada em edição especial do periódico *Frontiers in Sustainable Food Systems*. A versão publicada pode ser acessada em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fsufs.2023.1102891/full>.

práticas cidadãs em torno da alimentação (SOUZA et al., 2021). Esse fenômeno tem despertado o interesse de cada vez mais consumidores, preocupados com as consequências do sistema agroalimentar globalizado, que buscam garantir maiores níveis de informação e controle sobre a qualidade, origem e forma de produção de seus alimentos (DUBUISSON-QUELLIER; LAMINE; LE VELLY, 2011; FONTE, 2013; GOODMAN; GOODMAN, 2009).

Os circuitos curtos de comercialização de alimentos compreendem um elemento essencial desse processo, aproximando agricultores e consumidores de alimentos de qualidade superior, especialmente da agricultura orgânica e agroecológica (DAROLT, 2013; KNEAFSEY et al., 2013; MARSDEN; BANKS; BRISTOW, 2000; RENTING; MARSDEN; BANKS, 2003). Muitas iniciativas de CCC, ao reformular muitas práticas sociais em torno da produção, abastecimento e consumo de alimentos, podem ser interpretadas sob a perspectiva das inovações sociais (CAULIER-GRICE et al., 2012; MOULAERT et al., 2013; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2012). Recentemente, esse conceito tem sido mobilizado nos estudos sobre CCC, entendido no sentido de novas soluções para oportunizar a comercialização e o acesso a alimentos de qualidade superior nas condições e interesses específicos dos atores sociais envolvidos. Algumas iniciativas oportunizam processos de mudança nas relações sociais, a partir do engajamento social dos atores (ALBERIO; MORALLI, 2021b; CHIFFOLEAU; LOCONTO, 2018; MERT-CAKAL; MIELE, 2020; SOUZA et al., 2021).

O surgimento e o desenvolvimento dessas iniciativas contribuem para uma transição sustentável dos sistemas agroalimentares (RENKEMA; HILLET OFTH, 2022). Embora não seja sustentável *per se* (EVOLA et al., 2022), podem promover mudanças significativas no planejamento da oferta de alimentos, contribuindo para ampliar a produção e o consumo de alimentos de qualidade superior (naturais, orgânicos, agroecológicos, etc.). Embora tenham ganhado cada vez mais relevância, principalmente na articulação entre agricultores e consumidores, um impacto mais significativo desse tipo de experiência exigiria um envolvimento cada vez maior de outros atores sociais. Nesse sentido, defendemos que a abordagem teórica das inovações sociais constitui uma ferramenta analítica relevante para compreender aspectos que condicionam a construção de CCC bem-sucedidas, uma vez que tais iniciativas geram mudanças nas práticas sociais e reconfiguram as relações sociais na produção, oferta e consumo de alimentos.

Ainda pouco explorados em estudos envolvendo CCC, os serviços de alimentação podem oferecer oportunidades para ampliar a produção, divulgação e consumo de alimentos

orgânicos. São empreendimentos comerciais que atuam na produção e comercialização de refeições, como restaurantes, lanchonetes, hotéis e serviços de entrega, e constituem atores do sistema alimentar que geram demanda agregada, o que permitiria a venda de maiores volumes de alimentos, em comparação ao consumo individualizado (BALDWIN; WILBERFORCE; KAPUR, 2011; JOHNS; PINE, 2002; LEAL, 2010; MAMALIS, 2009; PROENÇA, 2010). Em termos práticos, a ampliação da compra de produtos para serviços de alimentação nas iniciativas do CCC representaria uma demanda que potencializaria a expansão da produção de alimentos orgânicos pelos produtores locais/regionais e condições para que mais agricultores pudessem converter suas propriedades para modos de produção mais sustentáveis.

No entanto, poucos estudos têm abordado as condições adequadas para a engajamento de serviços de alimentação em CCC. Do ponto de vista empírico, a maior parte da literatura tem focado em serviços institucionais de alimentação, que são financiados pelo poder público (BIANCHINI et al., 2020; GALLI et al., 2014; SOARES et al., 2015). Por outro lado, pouco se entende sobre as condições em que a iniciativa privada poderia se engajar na dinâmica do CCC, o que limita a atuação em torno da construção de experiências exitosas. Foi nesse contexto que uma oficina foi desenvolvida em Florianópolis para discutir o potencial de uma conexão entre serviços de alimentação e organizações de produtores orgânicos locais. Durante o encontro, do qual participaram alguns profissionais de cozinha e agricultores, apesar do potencial demonstrado pelos participantes, a falta de conhecimento e comunicação entre esses atores representaram os principais desafios para uma conexão entre os setores da agricultura orgânica e serviços de alimentação. Além disso, o estudo se concentra em um campo teórico ainda em construção, explorando a emergência de inovações sociais em iniciativas de CCC (PETROPOULOU et al., 2022).

Com base nessa problemática, este estudo busca responder às seguintes questões: quais condições podem influenciar a participação dos serviços de alimentação na compra de alimentos orgânicos de organizações de agricultores locais de Florianópolis? Os agricultores são capazes de responder a essas condições? Com base nessas questões, este estudo tem como objetivo analisar os condicionantes para a formação de circuitos curtos de comercialização de alimentos envolvendo serviços de alimentação e organizações de produtores orgânicos da região da Grande Florianópolis, entendendo-os como potenciais inovações sociais. Para tanto, foi desenvolvido um estudo de caso a partir de aspectos relacionados à organização dos agricultores da região para ofertar seus produtos e aspectos da demanda por serviços de

alimentação. Além desta introdução, o artigo está estruturado em quatro seções. A primeira apresenta os principais aspectos do conceito de inovação social, apresentando elementos comuns entre esta abordagem teórica e o conceito de CCC. Nas seções seguintes, apresentamos os aspectos metodológicos da pesquisa, seguidos dos resultados e discussões do estudo. Por fim, apresentamos as conclusões do estudo.

2.2 ABORDAGEM TEÓRICA

2.2.1 Sobre o conceito de inovação social

A inovação social compreende práticas sociais que desencadeiam novas soluções para problemas sociais ou necessidades enfrentadas por grupos sociais. Em termos práticos, representa mudanças conscientes na forma como indivíduos e grupos agem coletivamente para enfrentar problemas comuns (AGOSTINI et al., 2017; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2012; TEPISIE, 2014). Assim, podem ser concebidas como formas de ação colaborativa em que diferentes atores produzem respostas a demandas sociais, sejam elas restritas a um contexto específico ou mesmo a questões sociais mais amplas (SOUZA et al., 2021).

Este conceito é frequentemente associado a ações de base comunitária ou da sociedade civil organizada, pois emergem de contextos de ineficiência do mercado e da atuação do Estado (ANDRÉ; ABREU, 2006; CAULIER-GRICE et al., 2012). No entanto, alguns autores defendem que tais inovações também podem surgir de instituições públicas ou mesmo de ações empreendedoras (empreendedorismo social) (ANDION et al., 2017; BITTENCOURT; RONCONI, 2016; GEROMETTA; HÄUSSERMANN; LONGO, 2005). Além disso, eles também podem surgir entrecruzados nas três dimensões da sociedade (Estado, mercado e sociedade civil), proporcionados pelo interesse de diversos atores públicos e privados em construir respostas para problemas enfrentados por abordagens sociais específicas. Tais iniciativas podem surgir em diversos domínios, inclusive na vida econômica, muitas vezes vinculadas apenas à inovação tecnológica e comercial (BIGNETTI, 2011). Ayob, Teasdale e Fagan (2016), em estudo sobre a evolução do conceito de inovação social, apontam que elas podem ser expressas a partir de duas tradições distintas. A primeira veria tais inovações como um produto resultante do aumento da utilidade individual agregada de qualquer inovação. A segunda tradição vê as inovações sociais como um processo no qual diferentes atores atuam de

forma colaborativa de forma a promover a reestruturação das relações de poder no sistema social.

Embora a literatura sobre o tema seja ampla e, conseqüentemente, com entendimentos diversos, os estudos sobre inovação social possuem diversos aspectos comuns, que permitem identificar uma inovação socialmente construída (CAULIER-GRICE et al., 2012). A principal corresponde à novidade ou inventividade em relação a novas práticas. Embora não seja necessariamente algo único e original, representaria algo novo para o público beneficiário (MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2012). Em outras palavras, as inovações representam novas formas de atuação, diferentes das práticas anteriormente adotadas pelos públicos envolvidos.

Por outro lado, segundo Schneider e Menezes (2014), nem toda novidade é necessariamente uma inovação. As inovações sociais tendem a estabelecer soluções mais eficazes em comparação com as práticas anteriores. Ou seja, a novidade precisa ser percebida como vantajosa para o público para o qual foi projetada, apresentando melhorias nos resultados e demonstrando sua eficácia em relação às práticas anteriores. Nessa perspectiva, a ênfase está nas iniciativas para melhorar ou impactar positivamente a vida de seus adotantes. O foco está na capacidade das inovações de gerar transformações ou mudanças no contexto social e produtivo (BIGNETTI, 2011; CAULIER-GRICE et al., 2012).

Para o conceito de inovação social, é central analisar o atendimento das necessidades sociais (MOULAERT et al., 2013). Tal orientação a distingue de outras perspectivas de inovação (BIGNETTI, 2011). Enquanto as inovações tecnológicas, por exemplo, são voltadas principalmente para a maximização de lucros, as inovações sociais abordam problemas ou necessidades sociais frequentemente enfrentados por populações em situação de marginalidade ou vulnerabilidade social (ANDRÉ; ABREU, 2006; GEROMETTA; HÄUSSERMANN; LONGO, 2005; JULIANI et al., 2020). Isso não indica que ela surja alheia a questões de mercado, mas é vista como um meio para satisfazer as necessidades de indivíduos e grupos sociais.

Além disso, as inovações sociais oportunizam mudanças, em maior ou menor grau, nas relações sociais estabelecidas, provocando transformações nas relações de poder. André e Abreu (2006) atribuem tais mudanças à inclusão de atores marginalizados na concepção e implementação de novas ideias e práticas. Os autores defendem que esse processo promove “a formação de atores e sujeitos marginalizados” (ANDRÉ; ABREU, 2006, p. 124), que tendem a

se tornar protagonistas na construção de soluções inovadoras, fruto do empoderamento do público beneficiado pela inovação. Como afirma Mulgan, “alguns dos métodos para cultivar a inovação social partem da presunção de que as pessoas são intérpretes competentes de suas próprias vidas e solucionadoras de seus próprios problemas” (2006, p. 150).

Os estudos sobre o desenvolvimento de inovações sociais, embora com diferentes ênfases, abordam-nas como uma trajetória que, em geral, se refere a quatro etapas comuns: (1) geração de novas ideias a partir da problematização e percepção de necessidades sociais não atendidas, que corresponderiam a o impulso inicial do processo; (2) implementação experimental da ideia por um grupo restrito, que avaliará a eficácia da ideia ou melhorias em relação às práticas anteriores; (3) disseminação de ideias de sucesso, através da percepção das vantagens inerentes à adoção da nova prática por grupos externos, e conseqüente abandono (total ou parcial) de práticas anteriores e; (4) ajustes na ideia original, que ocorreriam por meio de negociação entre os atores (pioneiros e novos adotantes) (MULGAN, 2006; MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2012; NEUMEIER, 2012, 2017). Segundo Neumeier (2012), nesta última etapa, ocorrem negociações entre pioneiros e novos stakeholders, ponto de inflexão que pode determinar mudanças significativas nas soluções inicialmente pensadas.

2.2.2 Trajetória de inovações sociais em iniciativas de circuitos curtos de comercialização

As novas formas de produção, abastecimento e consumo inerentes às CCC podem compreender fenômenos inovadores, os quais merecem mais atenção dos pesquisadores sobre o tema. Enquanto ponto de partida teórico, alguns autores têm apontado que o surgimento dessas iniciativas é fortemente associado a um encadeamento de processos, os quais geram aprendizados e vínculos necessários à emergência de inovações socialmente contextualizadas (ALBERIO; MORALLI, 2021; ROVER; DE GENNARO; ROSELLI, 2016). Alguns aspectos da inovação social expressam-se em estudos sobre iniciativas de CCC, e apontam para trajetórias de ação colaborativa com potencial de inovação.

A ênfase na participação e nos vínculos estabelecidos entre os atores torna as inovações sociais compatíveis com a abordagem dos CCC. Chiffolleau e Loconto (2018), utilizando como exemplo as *Community Supported Agriculture* (CSA) e seus esquemas similares como os *Gruppi di Acquisto Solidale* (GAS, na Itália) e *Association pour le Maintien d'une Agriculture de Paysanne* (AMAP, na França), definem essas inovações como

experiências articuladas horizontalmente, que “frequentemente orientadas pelos cidadãos, surgem localmente para atender às necessidades sociais que não são satisfeitas pelas políticas públicas nem pelos mercados” (p. 310). Segundo as autoras, em suas versões mais radicais, tais iniciativas surgem e se desenvolvem com aspirações de mudanças sociais, que neste caso remetem a inovações com capacidade de transformação do sistema agroalimentar. Na perspectiva das CCC, o acesso a mercados estáveis e justos compreende uma necessidade social dos agricultores, que frequentemente enfrentam dificuldades no escoamento da produção e até mesmo não conseguem obter rendimentos satisfatórios com sua produção (ROVER; DAROLT, 2021). Por outro lado, o acesso a alimentos de qualidade também constitui uma questão de ordem social, visto que sua acessibilidade constitui um elemento central para a segurança alimentar e nutricional (KING et al., 2017).

Um dos principais componentes presente nos CCC e chave nas inovações sociais diz respeito à articulação e engajamento dos atores em torno de formas de ação colaborativa. Darolt et al. (2016), estudando essas experiências na França e no Brasil, atribuem à cooperação entre os atores e ao engajamento político, papel importante no nível de desenvolvimento das experiências. Por sua vez, Gelbcke et al. (2018) argumentam que a proximidade relacional nos CCC, apoiada pela proximidade geográfica, favorece a construção de mercados mediante o estabelecimento de processos de cooperação em um dado território/espaco/região. O engajamento em formas de ação colaborativa constitui elemento materializador nas inovações sociais, as quais necessariamente são concebidas a partir da ativa participação dos atores. Um requisito para esse engajamento compreende o alinhamento de interesses, o qual tende a orientar as relações entre indivíduos e grupos, bem como as formas de cooperação empreendidas (NEUMEIER, 2012; ROVER; DE GENNARO; ROSELLI, 2016).

Outro aspecto chave diz respeito aos espaços coletivos de tomadas de decisão, nos quais as iniciativas estão ancoradas. A este respeito, Chiffolleau et al. (2019, p. 183) argumentam que “[...] o desenvolvimento de uma CCC, e sua dimensão econômica em particular, necessariamente induz a escolhas, negociações entre diferentes valores, compromissos entre objetivos econômicos e não econômicos e até mesmo sacrifícios”. Neste ponto, a gestão coletiva das iniciativas representaria a formatação e ajuste das inovações sociais, a partir dos consensos produzidos entre os distintos atores envolvidos. Segundo Neumeier (2012), os novos consensos representam pontos de inflexão, nos quais os objetivos e

características originais das experiências dão lugar a outras, reflexo dos distintos valores e interesses mobilizados na negociação entre os atores.

A transformação nas relações de poder, componente importante nas inovações sociais, também é abordada em alguns estudos envolvendo experiências de CCC, sobretudo discutindo o crescimento do protagonismo de agricultores e consumidores. Tais relações são mobilizadas considerando o empoderamento de atores à margem do sistema agroalimentar industrial, diante criação de alternativas para aumento na agregação de valor a partir dessas experiências (MARSDEN; BANKS; BRISTOW, 2000; ORSINI et al., 2019). Em outra perspectiva, Renting et al. (2003) enfatiza a criação de novas especialidades do agroalimentar e seu papel na reconfiguração das estruturas de poder, a partir da construção de sinergias entre as relações de proximidade e as identidades ecológicas e regionais dos alimentos.

Todo esse processo não emerge sem antecedentes que criam condições apropriadas, o que numa perspectiva schumpeteriana expressa-se pela noção de dependência da trajetória (*path dependence*), que materializa o processo de desenvolvimento das iniciativas de aproximação entre a produção e o consumo. Conforme Alessio e Rover (2014), processos de desenvolvimento local/regional [que incluem iniciativas tais como os CCC], podem ser interpretados “como um encadeamento de dinâmicas organizativas e trajetórias tecnológicas locais, que se influenciam mutuamente e condicionam os caminhos possíveis ao desenvolvimento territorial” (p. 113). Essa perspectiva considera fundamental a análise histórica dos processos de desenvolvimento e das dinâmicas organizativas, e aprofunda o olhar sobre o papel das experiências e inovações preexistentes em dado local, no surgimento e desenvolvimento de novas soluções com potencial de inovação (AREND; CARIO; ENDERLE, 2012; BERNARDI, 2012). Especificamente no âmbito das CCC, a existência de processos inovadores gera alguns elementos fundamentais para novas iniciativas, sendo eles a confiança, os vínculos sociais entre os atores, a coprodução e compartilhamento de recursos, e os aprendizados coletivos que empodera os atores envolvidos.

A confiança está estritamente relacionada ao estabelecimento de interfaces associativas (MARSDEN; BANKS; BRISTOW, 2000). Segundo os autores “as interfaces associativas (redes) geralmente são informais, mas são muito importantes para estabelecer confiança, entendimentos comuns, padrões de trabalho e formas de cooperação entre diferentes atores em uma cadeia de abastecimento” (p. 431). Os autores acrescentam que “[...] quando essas interfaces não existirem, pode levar muitos anos para reconstruir relacionamentos e

confianças a ponto de os atores regionais, ou os atores de uma cadeia de abastecimento, poderem criar as condições necessárias para atender e maximizar a demanda dos consumidores de forma eficaz e eficiente” (p. 431). Em outros termos, a confiança constitui elemento primordial na construção de iniciativas bem-sucedidas de CCC. No entanto, esta confiança vai além da estabelecida entre consumidores e agricultores no processo comercial, ela abrange todos os atores envolvidos no processo. A cada iniciativa coletiva bem-sucedida, os atores podem intensificar a confiança mútua, que conseqüentemente oportuniza a construção de novas iniciativas com níveis de complexidade organizacional mais elevadas.

Por sua vez, os vínculos sociais se concretizam através do relacionamento estabelecido entre os indivíduos, o que se materializa com maior ou menor nível de cooperação (DAROLT et al., 2016; RENTING; MARSDEN; BANKS, 2003). Segundo Renting et al. (2003) muitas das experiências de encurtamentos dos circuitos curtos originam-se de "novos relacionamentos de mercado que são construídos em torno de novas formas de associação e apoio institucional" (p. 408). Variadas formas de interação entre indivíduos e grupos são mobilizadas, abrangendo desde associações informais para a compra de insumos ou serviços na produção, até a constituição de organizações formais para a comercialização dos produtos (caso de cooperativas de produção, comercialização ou consumidores). Uma vez em funcionamento, tais vínculos, pensados aqui enquanto infraestruturas sociais, podem ser mobilizados para o atendimento de outras demandas dos atores envolvidos. Caso emblemático são os grupos de agricultores da Rede Ecovida de Agroecologia, que foram concebidos para garantir a verificação da conformidade dos alimentos orgânicos (certificação orgânica), mas servem para muitos outros fins (Rover et al. 2016). Nesse sentido, os vínculos estabelecidos e que modelam as redes relacionais podem ser acessados na construção de novas iniciativas de CCC.

Os recursos compartilhados compreendem todos os componentes que materializam as experiências de produção-consumo. De um lado representam componentes tangíveis, que se constituem a partir dos fatores de produção ativados no processo produtivo e mobilizados na constituição de um leque de produtos (e serviços) a serem disponibilizados nos circuitos comerciais, além das infraestruturas logísticas mobilizadas na estruturação das CCC. De outro lado, compreendem recursos intangíveis, tais como “[...] habilidades locais, práticas históricas e culturais, bem como conhecimento tradicional na produção e processamento dos produtos” (SCHNEIDER; FERRARI, 2015, p. 65). A esse respeito, a ênfase recai sobre os sinergismos inerentes à ação coletiva e à combinação de distintos recursos, que contribuem para o alcance

de objetivos comuns. Nessa perspectiva, novas iniciativas podem acessar os fluxos de produtos, infraestruturas (sociais e materiais), conhecimentos e práticas preexistentes, que podem conceder, ao menos inicialmente, condições favoráveis ao seu desenvolvimento.

Por último, o processo de aprendizagem coletiva representa importante mecanismo no fortalecimento e ampliação das iniciativas de aproximação entre produção e consumo. Isto ocorre pelo frequente compartilhamento coletivo de boas práticas, experiências e aprendizados. Práticas bem-sucedidas são transmitidas a novos atores, que aumentam suas habilidades de enfrentamento das dificuldades e na formatação de propostas mais adequadas às condições locais. Chiffolleau et al. (2019) argumentam que esse processo empodera atores "*non-specialists*" (sobretudo consumidores interessados), que passam a efetivamente participar da gestão de iniciativas de CCC, modelando novos padrões econômicos. Esse processo ativa formas de cidadania em torno do abastecimento alimentar (HASSANEIN, 2008; RENTING; SCHERMER; ROSSI, 2012; ZAGATA, 2014). Ademais, experiências de sucesso criam otimismo entre os envolvidos, os quais empoderam-se e aumentam sua capacidade de construir respostas efetivas na satisfação de novas necessidades sociais.

Tais aspectos constituem condições que favorecem a ampliação das iniciativas CCC. Importa mencionar que eles podem expressar-se em qualquer ação coletiva ligada à produção, abastecimento e consumo alimentar. No entanto, enfatizamos que em iniciativas inovadoras, de grande repercussão e bem-sucedidas, tais aspectos ganham relevância ao ponto de catapultar a emergência e desenvolvimento de novas iniciativas. Nessa perspectiva, mobilizamos a noção de trajetória de inovações sociais (SOUZA et al., 2021) para explicitar a geração continuada de soluções inovadoras, empreendidas pelos atores sociais locais.

2.2.3 Serviços de alimentação em experiências de circuitos curtos de comercialização de alimentos

A mobilização de serviços de alimentação pode impactar na ampliação de CCC, e consequentemente, na transformação de sistemas agroalimentares locais, podendo representar campo fértil para uma inovação em torno do abastecimento agroalimentar. Os serviços de alimentação compreendem empreendimentos privados ou públicos, que atuam na produção e distribuição de refeições (Proença, 2010). Eles abarcam uma diversidade de estabelecimentos como restaurantes *self service*, restaurantes *à la carte*, *fast food*, bares, lanchonetes, padarias, hotéis, dentre outros (Leal, 2010). Ainda são escassos os estudos sobre a sua atuação em

experiências de CCC, e predomina o entendimento de que tais atores desempenham pouco engajamento neste tipo de iniciativa.

No entanto, os estudos que têm abordado os serviços de alimentação, em torno da transformação do sistema agroalimentar, têm se concentrado em duas principais frentes analíticas. Uma delas procura compreender os desafios, motivações e interesse de restaurantes em utilizar ingredientes de qualidade superior (sobretudo os alimentos orgânicos) na preparação das refeições (LU; GURSOY, 2017; POULSTON; YIU, 2011). Uma segunda frente trabalha com uma perspectiva de aproximação nas relações de produção-consumo, com atenção dos pesquisadores sobre o desenvolvimento de uma gastronomia mais sustentável, frequentemente associada à alta culinária, aos *chefs* de cozinha e o turismo gastronômico (KRAUSE; BAHLS, 2013; NIEDERLE; SCHUBERT, 2020; ZANETI; SCHNEIDER, 2016).

De acordo com Poulston e Yiu (2011), os profissionais que atuam em restaurantes têm entendimento comum e consciência sobre o que são os produtos orgânicos e sua relação com um sistema agroalimentar mais sustentável. No entanto, especificamente no caso dos restaurantes de médio porte, embora os negócios tenham sido pensados considerando as crenças sociais e ambientais, os profissionais relataram que, no início dos negócios, foi irrealista a expectativa de simultaneamente garantir obtenção de lucro, proteção ambiental e satisfação dos clientes. Isto pode estar relacionado ao aumento dos preços das refeições, que segundo Lu e Gursoy (2017), tendem a reduzir as vantagens relativas à inclusão de ingredientes orgânicos em *menus*.

Niederle e Schubert (2020), pesquisando as práticas adotadas por restaurantes veganos em Porto Alegre (Brasil), identificaram que restaurantes que adquirem alimentos diretamente dos agricultores tendem a acessar produtos orgânicos via CCC, e tendem a adaptar os cardápios de acordo com a produção sazonal. Segundo os autores, esta prática é diferente da política de compra dos restaurantes que compram majoritariamente de supermercados e no atacado. Os autores acrescentam que os restaurantes que adquirem alimentos orgânicos têm o interesse em expandir as quantidades adquiridas, mas enfrentam alguns entraves, dentre os quais destacam-se, os preços mais elevados; maiores custos logísticos; irregularidades no abastecimento em termos de escala, diversidade, qualidade e sazonalidade dos produtos.

Além da introdução de ingredientes de qualidade superior, têm aumentado as reflexões sobre o papel de restaurantes, chefs e outros serviços de alimentação na construção de sistemas alimentares mais saudáveis e sustentáveis. Segundo Kraus e Bahls (2013) os esforços para se

pensar e materializar uma gastronomia sustentável é relativamente recente, e essa tendência tem crescido, diante do aumento da percepção social dos efeitos da alimentação em relação à saúde. Os atores apontam algumas práticas que orientam a uma gastronomia mais sustentável, dentre as quais destacam-se o uso de ingredientes sazonais, locais e orgânicos; a adoção de transportes, embalagem e estocagem adequadas; e a redução de perdas, desperdícios e aproveitamento integral das matérias primas.

Zanetti e Schneider (2016), estudando os fatores que condicionam o uso de ingredientes singulares por *chefs* da gastronomia contemporânea, mencionam que os principais motivadores para o uso de tais produtos diz respeito ao sabor, qualidade diferenciada, busca de identidade e reconhecimento profissional. Os autores analisam que o consumo de tais produtos está mais associado à busca por distinção e posicionamento no setor gastronômico, do que pela busca de uma gastronomia mais sustentável. Isto levaria a uma valorização unilateral, pois apenas os *chefs* garantiriam valorização, seja ela econômica a partir dos preços dos produtos, ou simbólica a partir da distinção e identidade atreladas a tais produtos. No entanto, os autores defendem que a interação entre *chefs*, comensais e agricultores têm o potencial de promover novos espaços de socialização e comercialização entre os atores.

Paciarotti e Torregiani (2021), em um estudo com foco nos aspectos logísticos para a estruturação de iniciativas de CCC na região de Marche (Itália), constataram a deficiente comunicação entre os profissionais de restaurantes com os agricultores e suas organizações, assim como agricultores com débeis estruturas logísticas, incapazes de atender às condições do setor. Embora esses aspectos dificultem a interação entre restaurantes e agricultores, ambas as partes demonstram interesse em construir possibilidades para a comercialização direta, seja como estratégia de ampliação e diversificação de mercados (produtores) ou para a ampliação do abastecimento com produtos locais e orgânicos (restaurantes). Tais aspectos compreendem elementos essenciais na construção de iniciativas que aproximem serviços de alimentação e agricultores locais, representando desafios a serem superados numa inovação social.

2.3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS⁵

2.3.1 Estratégia de pesquisa

O estudo objetiva analisar os condicionantes para a conformação de iniciativas de CCC envolvendo esses atores. A pesquisa compreende um estudo de caso de caráter exploratório e abordagem qualitativa, organizado em duas frentes de atuação. A primeira diz respeito à trajetória dos atores integrados às iniciativas de CCC operadas por produtores orgânicos da região da Grande Florianópolis. A segunda, mais voltada para serviços de alimentação, desenvolvida entre outubro de 2021 e abril de 2022, buscou identificar o interesse e as condições dos mesmos para adquirir alimentos diretamente dos agricultores e suas organizações.

2.3.2 Coleta e processamento de dados

Na primeira frente, procedeu-se à coleta de dados por meio da revisão de estudos locais sobre o tema, análise de dados secundários e observação participante em reuniões e eventos com lideranças de organizações de agricultores locais. Utilizou-se a observação participante, materializada no acompanhamento dos autores a eventos e reuniões que envolvam o público, e por sua ligação com segmentos da agricultura familiar que trabalham com agricultura orgânica e agroecológica. Essa frente teve como objetivo identificar as inovações sociais em torno da produção e comercialização e entender em que medida elas contribuem para que os atores sociais possam empreender novas ações coletivas com potencial inovador.

Por sua vez, na segunda frente, enviou-se um questionário *online* para serviços de alimentação de Florianópolis (Apêndice A). Inicialmente, procedeu-se com identificação dos serviços de restauração a partir da lista de empresas disponíveis no TripAdvisor®, verificando o seu funcionamento a partir da informação disponível no Google Maps®. Esse processo identificou 691 estabelecimentos que atuam no setor de produção de refeições em Florianópolis, para os quais, foi enviado um convite, por mensagem de texto a todos com link para acesso ao questionário (Google Forms®) encaminhado por e-mail, WhatsApp®, e direto mensagens para páginas em redes sociais⁶. O convite possibilitou a participação de 35 estabelecimentos, que

⁵ Esta seção, assim como as seções metodológicas dos demais artigos, busca apresentar as especificidades metodológicas do presente artigo, não retomando aspectos metodológicos que constituem os procedimentos adotados na tese como um todo. Para mais informações, voltar à seção 1.4.

⁶Em alguns momentos, também houve tentativas de contatos por meio de ligações telefônicas, mas houve pouca participação dessa abordagem.

constituem a amostra intencional desta pesquisa. O questionário ficou disponível entre agosto de 2021 e abril de 2022, e continha questões sobre a caracterização do respondente, o perfil do estabelecimento, a política de compra de alimentos, o uso de ingredientes orgânicos e o interesse e condições/requisitos para participação em uma iniciativa de compra de alimentos orgânicos diretamente de organizações de agricultores da região. Os dados foram organizados em planilhas e são aqui descritos e analisados a partir do referencial teórico das inovações sociais. O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFSC, protocolo no. 4.375.733 e CAAE 38425120.9.0000.0121.

2.3.2.1 Limitação

O estudo desenvolveu-se no contexto da restrição social decorrente da pandemia de covid-19. Devido a essa condição, optou-se por desenvolver a pesquisa inteiramente online, sem a possibilidade de visitas presenciais aos empreendimentos. Nesse sentido, a restrição dificultou a realização de um estudo mais aprofundado. No entanto, considerando o que este artigo propõe, a investigação contribui para a compreensão dos condicionantes para a formação de iniciativas de CCC envolvendo serviços de alimentação, bem como aspectos relevantes na formação de inovações sociais neste campo.

2.4 RESULTADOS

2.4.1 A produção e o acesso a alimentos orgânicos na Grande Florianópolis

Florianópolis é a capital e um dos maiores centros urbanos de Santa Catarina, Brasil. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), sua população foi estimada em 516.524 habitantes. A região da Grande Florianópolis é composta por 21 municípios, com 1.224.400 habitantes, e uma área de conurbação de aproximadamente 1 milhão de habitantes (ver Figura 1) (IBGE, 2021). Embora seja uma região extremamente urbanizada, o município ainda possui áreas ocupadas por estabelecimentos agropecuários, principalmente estabelecimentos familiares. A região originalmente ocupada por indígenas, possui uma forte identidade ligada à colonização açoriana do século XVII. Além disso, a área também foi ocupada no século XIX por outros imigrantes europeus (principalmente alemães e italianos). A agricultura foi fortemente influenciada pelas culturas europeias, que desempenham um papel preponderante na formação de iniciativas cooperativas e associativas, especialmente ligadas à

agricultura familiar (BÚRIGO, 2007). O Censo Agropecuário Brasileiro (IBGE, 2017) contabilizou a existência de 10.088 estabelecimentos agropecuários na região, dos quais 7.466 são considerados agricultura familiar. A maioria das propriedades familiares (53%) tem entre 10 e 50 hectares.

A produção agrícola no estado, principalmente nas regiões próximas a Florianópolis, é fortemente influenciada por condições geográficas marcadas por serras e encostas que restringem o uso de maquinário agrícola e, conseqüentemente, favorecem a produção intensiva em mão de obra (VIEGAS, 2016). A vegetação predominante é a Mata Atlântica (VIBRANS et al., 2021), bioma reconhecido como *hotspot* de biodiversidade (REZENDE et al., 2018). As chuvas na região são abundantes, devido ao ar quente e úmido que sobe próximo às encostas das montanhas (barlavento), embora diminuam no inverno (médias em torno de 100 mm; (Monteiro, 2001). A região apresenta altas temperaturas durante todo o ano ($>18^{\circ}$) com exceção dos meses de inverno (junho, julho e agosto) (PEREIRA; NASCIMENTO JÚNIOR, 2022).

A agricultura familiar responde pela maior parte dos alimentos convencionais e orgânicos consumidos na região ou direcionados para mercados mais distantes. Pesquisa desenvolvida pela Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI), apontou que em 2012 a produção orgânica na região gerou R\$ 4 milhões em receita. A adoção da horticultura orgânica predominou na região, sendo os principais produtos alimentícios a mandioca, a batata-doce, a cebola, o feijão preto, o milho verde, o tomate e a physalis (ZOLDAN; MIOR, 2012). A produção orgânica é comercializada em diversos mercados. Rover et al. (2015) identificou 91 estabelecimentos varejistas de alimentos orgânicos em Florianópolis, que foram divididos em supermercados, lojas especializadas, mercearias e feiras livres, que forneciam produtos de produtores locais (principalmente *in natura*) e de fora da região. Além destes, existe uma diversidade de CCC que fornecem uma diversidade de produtos locais.

A edição do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos (CNPO), publicada em setembro de 2022, apontou que Santa Catarina possuía 1.564 estabelecimentos de orgânicos regularizados, o que corresponde a 6,6% do total de estabelecimentos de orgânicos do país (23.632), distribuídos entre as atividades produção primária animal e vegetal, processamento e extração sustentável. Do total de estabelecimentos orgânicos do estado, 14,8% estão localizados na Região Metropolitana de Florianópolis (MAPA, 2022). Esse percentual corresponde a 232 estabelecimentos regularizados na região, onde a certificação participativa ou Sistema

Participativo de Garantia (SPG) regulariza 74%, e os outros 26% são certificados por auditoria. A Rede Ecovida de Agroecologia regulamenta todos os estabelecimentos regulados pela certificação participativa. Essa rede compreende uma articulação interorganizacional entre diversos atores sociais e entidades de apoio interessados no desenvolvimento da agroecologia e da agricultura familiar no sul do Brasil (DAROLT; LAMINE; BRANDENBURG, 2013; PEREZ-CASSARINO, 2012; ROVER; DE GENNARO; ROSELLI, 2016; ROVER; LAMPA, 2013).

A Rede Ecovida é formada por uma diversidade de organizações (agricultores orgânicos/agroecológicos, ONGs, instituições de assessoria, universidades, consumidores, etc.) que atuam em torno da produção, regularização e comercialização de alimentos orgânicos/agroecológicos. Entre os que trabalham com agricultores do entorno de Florianópolis, destacam-se o Centro de Estudos e Fomento à Agricultura de Grupo, o Centro Vianei de Educação Popular, o Movimento *Slow Food* (Núcleo Mata Atlântica), a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI) merecem destaque. Vale ressaltar que essas entidades atuam na Rede e nas ações de cada uma. Esses e outros atores, mais recentemente, vêm trabalhando para promover a conscientização, mobilização e maior envolvimento dos consumidores com a Rede. Alguns deles também trabalharam na construção de mercados para produtores orgânicos em Florianópolis, com ênfase nas experiências de CCC. A Rede Ecovida envolve aproximadamente 4.500 famílias agricultoras, organizadas em 340 grupos e apoiadas por 20 ONGs. Abrange agricultores dos três estados do sul do Brasil ao sul de São Paulo, totalizando 352 municípios (ECOVIDA, 2022). Foi a partir dessa organização que surgiu o primeiro Sistema Participativo de Garantia (SPG), a Associação Ecovida de Certificação Participativa, que regulamenta a maioria dos produtores orgânicos da região e influencia muito as experiências de certificação participativa que surgiram posteriormente no país. Alguns estudos têm argumentado que representa uma inovação devido à sua estrutura e dinâmica organizacional e às relações de marketing diferenciadas que proporciona aos agricultores (OLIVEIRA; GRISA; NIEDERLE, 2020; ROVER, 2011).

Para Rover et al. (2016), a Rede Ecovida constitui um exemplo de inovação social na medida em que “é uma rede organizacional que inova e transforma os sistemas agrícolas dos quais faz parte” (p. 10). Esta seria baseada nas relações sociais entre os agricultores e as entidades que apoiam a rede. As relações entre produtores são estabelecidas a partir do próprio sistema de geração de confiança do SPG. Brandenburg et al. (2013) argumentam que a expansão

da produção orgânica, antes destinada principalmente à autossuficiência das famílias agricultoras, gerou a necessidade social de acesso a mercados mais distantes, onde as relações interpessoais não são suficientes para gerar confiança. Esse problema e os altos custos da certificação por auditoria mobilizaram os atores sociais na construção do processo de certificação participativa, que desde então tem promovido a construção de vínculos entre os agricultores, o aumento da confiança mútua e o compartilhamento de recursos. A partir das reuniões para verificar a conformidade dos estabelecimentos (visitas de verificação), os agricultores trocam experiências sobre o processo produtivo e fazem parcerias no trato das questões vivenciadas em cada grupo. Essa interação gera muitas iniciativas coletivas, contribuindo para a satisfação das necessidades sociais e a capacitação dos agricultores familiares, seja em relação a aspectos da produção ou da comercialização de produtos.

A estrutura e a dinâmica organizacional da Rede, especialmente dos grupos de agricultores e núcleos regionais, criam condições para a construção de diversas iniciativas inovadoras a partir das relações e vínculos sociais existentes desde a sua constituição. Uma iniciativa de grande abrangência é o Circuito Sul de Circulação de Alimentos, esquema logístico criado em 2006 por diversas cooperativas e ONGs, com o objetivo de realizar a troca e circulação de produtos entre os diversos polos e regiões abrangidos pela Rede. Essa inovação surgiu da necessidade social dos agricultores de acessar mercados mais distantes e diversificar a oferta de produtos nos mercados locais, proporcionando acesso a alimentos não produzidos localmente ou fora de época. A iniciativa, que se fortaleceu com a criação do SPG, possui diversos princípios e regras de funcionamento e opera a partir de estações, centrais e subestações que enviam e recebem produtos de diferentes regiões da Rede. Os produtos são acessados pelos atores locais de cada emissora/região e disponibilizados em diversos equipamentos comerciais, como mercados institucionais, grupos de consumidores, feiras, lojas especializadas, entre outros (MAGNANTI, 2008). Segundo Niederle (2014), o processo permite a distribuição de alimentos diferenciados nas regiões de abrangência da Rede, favorecendo a diversificação dos produtos ofertados pelos atores a ela vinculados.

Os arranjos coletivos da Rede Ecovida também são mobilizados e adaptados para o acesso aos mercados institucionais. Segundo Oliveira et al. (2020), embora as feiras permaneçam como equipamentos de mercado predominantes, o aumento da produção orgânica desencadeou a busca por outras formas de comercialização, dentre elas os mercados institucionais, especificamente o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa

Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Muitas vezes, os agricultores se mobilizam nos grupos como estratégia para garantir escala produtiva e ampliar a diversidade de alimentos a serem oferecidos. Em alguns casos, os agricultores criam associações e cooperativas para atender às exigências de formalização, que vinculam os produtores aos mercados institucionais (Niederle, 2014). A formação de organizações formais também favorece a obtenção de maiores volumes de recursos de crédito, que possibilitam a construção de infraestruturas coletivas necessárias para o acesso ao mercado.

Mais recentemente, a atenção dos atores da Rede Ecovida voltou-se para iniciativas que geram maior aproximação com a esfera do consumo. Conforme evidenciado pela participação em reuniões com organizações de agricultores, a busca por alternativas comerciais justas e estáveis e pela garantia de maior rentabilidade tem estimulado a construção de iniciativas de CCC, principalmente em grandes centros consumidores, como a região da Grande Florianópolis. Aproveitando a crescente percepção de risco dos consumidores em relação ao sistema agroalimentar industrial e a busca por novas práticas alimentares, agricultores e entidades de apoio têm construído processos que promovem maior engajamento do consumidor em torno da oferta agroalimentar.

Souza et al. (2021) identificaram 10 iniciativas do CCC, abrangendo 28 grupos organizados de consumidores abastecidos por 209 famílias de agricultores, totalizando aproximadamente 24 toneladas mensais de alimentos orgânicos/agroecológicos. A maioria das famílias agricultoras que abastecem essas iniciativas está vinculada à Rede Ecovida. Além disso, a construção dessas iniciativas contou com o apoio de diversas entidades de apoio (instituições públicas e organizações sociais), que também interagem com a Rede. Em outras palavras, a existência da Rede gera condições para a construção de iniciativas de CCC. A inovação social que possibilitou a regularização de muitos agricultores, e toda a estrutura social a ela vinculada, tem contribuído para o surgimento de novas iniciativas que, por vezes, promovem a inovação nas relações de produção, comercialização e consumo de alimentos orgânicos no nível local.

Uma experiência representativa, e interpretada como inovação social, são as Células de Consumo Responsável (ESCOSTEGUY, 2019). Criado pelo Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (LACAF), vinculado à Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), constitui uma forma de CCC baseada em pedidos e pagamento antecipados, em que os consumidores se organizam coletivamente para a aquisição de alimentos orgânicos

diretamente da grupos de agricultores do entorno de Florianópolis. Um diferencial dessa iniciativa é a adoção de um único ponto de entrega, sob responsabilidade dos consumidores, o que reduz custos logísticos e torna os preços dos produtos mais acessíveis em relação a outros canais de comercialização (GRADE; MERGEN, 2020). Os grupos de agricultores, todos integrados à Rede Ecovida, são responsáveis pelo abastecimento e entrega no local, articulando-se no planejamento coletivo da oferta. A experiência iniciada em novembro de 2017 com um grupo de agricultores fornecendo 27 cestas de produtos conta atualmente com o envolvimento de 6 agricultores, abastecendo 12 grupos de consumidores organizados. A iniciativa oportunizou a comercialização de aproximadamente 200 toneladas de alimentos orgânicos em 2021 e garantiu o acesso a esses produtos a mais de 500 famílias de consumidores (LACAF, 2022).

Em síntese, os agricultores e suas organizações têm se articulado com diversos atores no enfrentamento das necessidades sociais e na formulação de um projeto comum de agricultura e sistema agroalimentar. As principais inovações sociais decorrentes dessa articulação estão resumidas na Figura 1. Esse processo concebeu uma trajetória que inicialmente problematizou e inovou no enfrentamento das dificuldades de regularização de estabelecimentos e produtos orgânicos. As relações sociais e os recursos destinados a esse fim têm sido mobilizados para fazer frente a diversas outras necessidades, destacando-se o acesso a mercados mais rentáveis e estáveis. Estas produziram inovações socialmente construídas, impactando significativamente o sistema agroalimentar local.

Avançar nessa trajetória inovadora implicaria em mobilizar e articular novos atores. Os serviços de alimentação são empreendimentos que apresentam potencial de impactos significativos em termos de volumes de alimentos demandados, e poderiam contribuir nas mudanças do ordenamento agroalimentar. Baseando-se nessa perspectiva, a próxima seção explora o potencial de demanda e os fatores condicionantes para uma possível aproximação desse segmento na construção de iniciativas de CCC.

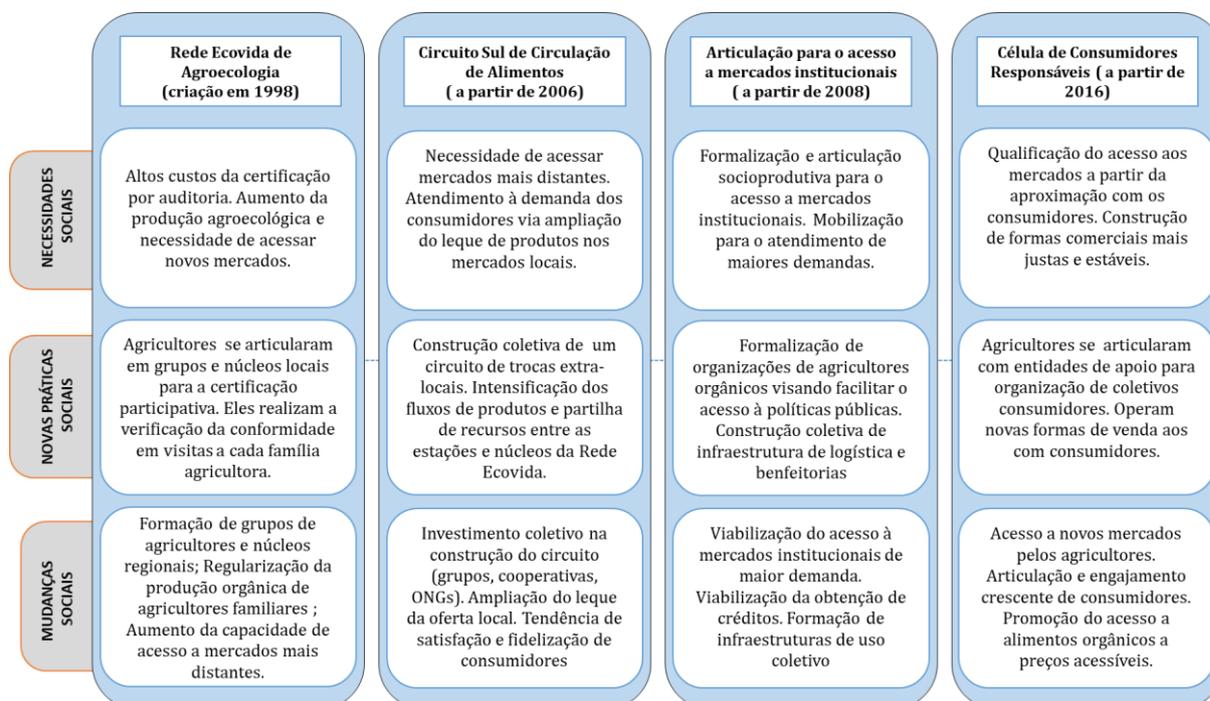


Figura 1. As principais inovações sociais em torno da produção e do abastecimento de alimentos orgânicos da Grande Florianópolis.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

2.4.2 Fatores condicionantes para a compra de alimentos orgânicos por serviços de alimentos de Florianópolis

Responderam ao questionário 35 representantes de serviços de alimentação do município de Florianópolis. A maioria era proprietária dos estabelecimentos (54%), mas também ocupavam cargos de gestão (37%), eram chefes de cozinha (34%) e/ou nutricionista (3%)⁷. Na maioria dos estabelecimentos (77%), as opções de pratos eram individuais e pré-definidas no cardápio, podendo ser em sistema *à la carte* para consumo no local, marmitas congeladas ou para entrega e prato feito. Os demais tinham tipos de serviços variados como bufê livre, por peso e/ou de atuação como bares, lanchonetes e cafés. Os estabelecimentos serviam em média 89,3 refeições, variando de 10 a 600 por dia. A maior parte dos respondentes afirmaram que o planejamento do cardápio ocorre semestral, semanal ou mensalmente, com 37%, 28% e 17%, respectivamente.

⁷ Alguns respondentes declararam exercer mais de uma função, razão pela qual a soma dos percentuais é maior que 100.

A maioria dos respondentes (54%) afirmou não usar alimentos orgânicos nas refeições, sendo que destes 31% afirmou nunca ter utilizado esses produtos. Dentre as razões da não utilização, o preço e a indisponibilidade de produtos/fornecedores foram os fatores de maior destaque. O preço, a diversidade, a regularidade e o volume de entrega foram fatores destacados como de muita influência na decisão sobre a compra de alimentos orgânicos (Figura 2). A condição de pagamento não se demonstrou um fator importante para a compra de orgânicos, visto que 77% dos respondentes indicaram ser elemento com pouca ou nenhuma influência na decisão de compra.

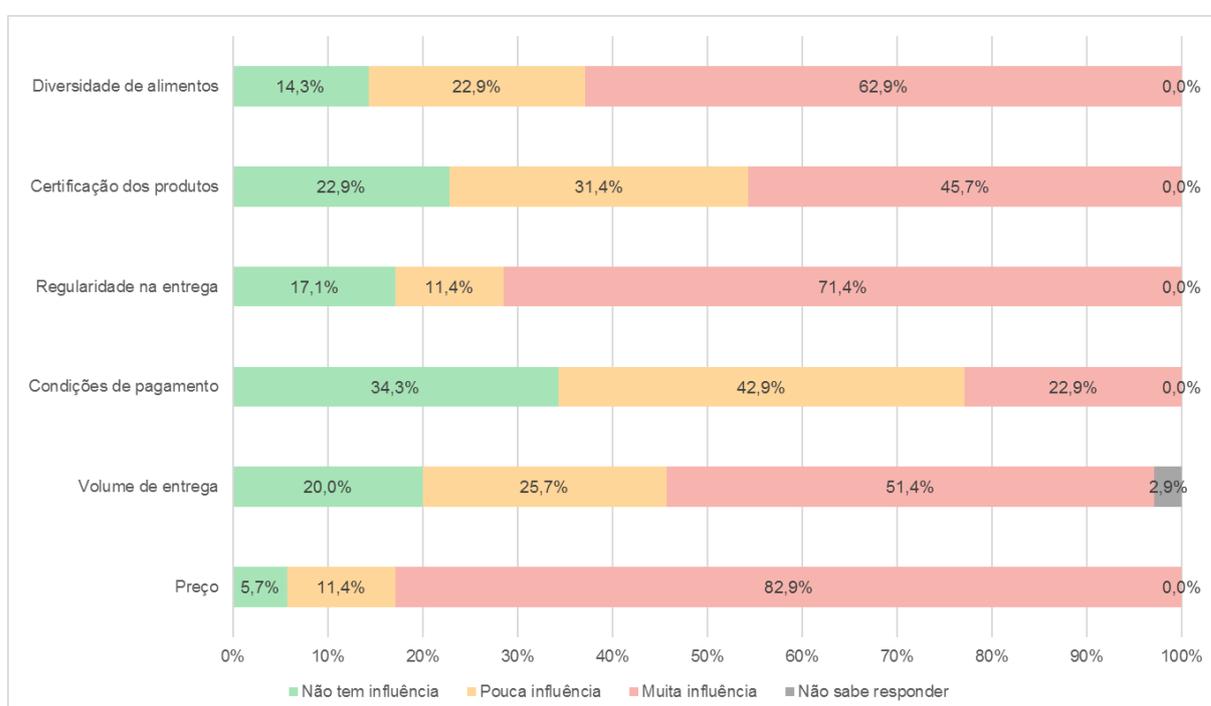


Figura 2. Influência de fatores relacionados à compra de alimentos orgânicos por serviços de alimentação de Florianópolis.

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A partir da experiência com trabalhos anteriores, a equipe de pesquisa listou cenários com possíveis adaptações para viabilizar a aquisição de alimentos orgânicos da agricultura familiar local e solicitou que os representantes indicassem o nível de concordância com as afirmações (Quadro 3). Adaptações relacionadas ao pagamento dos produtos e ao local de entrega foram itens de maior destaque, com muitos respondentes discordando da possibilidade de implementá-las. Embora as condições de pagamento tenham sido abordadas como fator de pouca influência na decisão de compra, os respondentes destacaram ser fundamental realizar o

pagamento sempre após o recebimento dos produtos. A entrega no estabelecimento também se apresentou como condição importante para a maioria dos serviços de alimentação, apesar de que vários se mostram abertos a receber em um local próximo. Por outro lado, a compra de diversidade de itens que os agricultores tenham e de quantidade mínima para viabilizar a entrega foi amplamente aceita, bem como a união com outros locais para uma compra coletiva.

Quadro 3. Nível de concordância dos respondentes quanto às possíveis adaptações necessárias para viabilizar a aquisição de alimentos orgânicos da agricultura familiar local.

Adaptações necessárias para a aquisição de orgânicos	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo
Comprar uma diversidade e quantidade mínima que viabilize a entrega	14,3%	11,4%	74,3%
Se juntar a outros restaurantes para viabilizar a compra de forma coletiva	25,7%	11,4%	62,9%
Receber os alimentos apenas no local do meu empreendimento	14,3%	25,7%	57,1%
Realizar visitas às propriedades para observação das condições de produção	14,3%	28,6%	57,1%
Incluir plantas alimentícias não convencionais nas preparações do cardápio	31,4%	8,6%	54,3%
Realizar o pagamento somente depois de um prazo após a entrega	14,3%	31,4%	54,3%
Adquirir alimentos de agricultores em transição, que ainda não possuem certificação orgânica	20,0%	28,6%	48,6%
Receber os pedidos em um de ponto de entrega próximo ao meu empreendimento (necessidade de deslocamento)	54,3%	8,6%	37,1%
Elaborar os cardápios com base nos alimentos disponíveis	37,1%	25,7%	37,1%
Elaborar preparações com alimentos disponíveis em maior quantidade	34,3%	28,6%	37,1%

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Dos 35 respondentes, 31 (86%) demonstraram interesse em adquirir alimentos orgânicos diretamente de agricultores familiares da região (sua localização é mostrada na Figura 3). Esta prática seria uma novidade para a maioria dos estabelecimentos, visto que 57% deles não compram os produtos diretamente de agricultores (sejam produtos orgânicos ou convencionais). Entre os estabelecimentos que demonstraram interesse, a demanda semanal era de aproximadamente 1208 kg de frutas, 2005 kg de legumes, 1684 maços de hortaliças folhosas, 595 kg de raízes e tubérculos e 228 kg de leguminosas. Quanto ao nível de processamento, a maioria dos estabelecimentos (51%) afirmou não comprar frutas, legumes e verduras processadas, adquirindo-os sem nenhum tipo de processamento, ou no máximo, minimamente processados (higienizados e picados). Os demais afirmaram adquirir alguns produtos processados, mesmo que predomine os alimentos sem processamento.

Os representantes dos serviços de alimentação puderam ainda elencar algumas condicionantes que considerassem indispensáveis para a participação do estabelecimento numa iniciativa de compra de alimentos orgânicos diretamente de produtores da região. O elemento mais mencionado refere-se a um preço acessível dos produtos, citado por 42% dos estabelecimentos interessados (este fator também foi citado enquanto razão para a não utilização desses produtos). A garantia de entrega foi a segunda condicionante mais citada (26%), seguida da qualidade dos produtos (22%), da necessidade de entrega no local ou próximo do estabelecimento (19%) e condições de pagamento adequadas (16%) (incluindo questões como prazo e emissão de boletos). O atendimento a essas principais condicionantes poderia viabilizar o aumento do uso de alimentos orgânicos dos agricultores locais pelos serviços de alimentação.

2.5 DISCUSSÃO: ENTRE O INTERESSE DA DEMANDA E A CAPACIDADE SOCIO-ORGANIZATIVA DA OFERTA

2.5.1 Sobre o interesse e condições apresentadas pela demanda

A maioria dos serviços de alimentação pesquisados demonstrou interesse em adquirir alimentos orgânicos de produtores locais e suas organizações. No entanto, eles colocam algumas condicionantes para a materialização de iniciativas de compra e venda direta. Assim como em outros estudos, a redução dos preços dos produtos orgânicos se destacou enquanto principal condicionante para que serviços de alimentação participassem de iniciativas de CCC (DA SILVA; DE SOUSA, 2013; NIEDERLE; SCHUBERT, 2020; POULSTON; YIU, 2011). Isto mostra-se importante, considerando a necessidade de os serviços de alimentação aplicarem um sobrepreço nas refeições para viabilizar seu funcionamento, ao passo que garanta a competitividade do estabelecimento no setor.

O fornecimento regular e constante de alimentos por produtores locais vem sendo apontado como uma barreira para o abastecimento de serviços de alimentação (NIEDERLE; SCHUBERT, 2020; SIDANER; BALABAN; BURLANDY, 2013; SOARES et al., 2015). No nosso estudo, a diversidade de alimentos, a regularidade e o volume de entrega foram condicionantes importantes apresentadas pelos representantes dos serviços de alimentação. A gestão desses estabelecimentos é complexa e exige confiança nos fornecedores e garantia de

fornecimento. Falhas no recebimento de alimentos geram problemas em todo o processo produtivo de refeições, podendo implicar no aumento do custo das refeições, estresse em toda a equipe de trabalho e falhas na entrega do serviço. Dessa forma, gestores geralmente optam pela segurança no fornecimento, dando preferência a fornecedores que já possuem relacionamento de confiança. A regularidade da oferta e o volume de produção são considerados os principais fatores limitadores para o acesso a mercados pelos agricultores familiares (VIEIRA; DEL-GROSSI, 2008). Sendo assim, para garantir que uma CCC se torne uma inovação social, seria necessário estreitar as relações de confiança entre compradores e fornecedores, algo que é construído com o tempo. Contudo, para construir essa confiança seria necessária uma inicial sensibilização dos agricultores sobre as condicionantes apresentadas pelos serviços de alimentação, assim como uma negociação com estes para identificar possíveis elementos de flexibilidade em suas condições para a compra. Também caberia identificar os serviços de alimentação que se mostraram mais flexíveis para adaptar suas condições, cardápios etc., visando viabilizar a proposta de comercialização direta.

A complexidade do funcionamento dos serviços de alimentação ficou também evidenciada nos condicionantes de entrega e pagamento apresentados pelos respondentes. O recebimento dos alimentos no estabelecimento foi considerado por muitos deles como um fator importante. O deslocamento para buscar os alimentos pode gerar a necessidade de contratação de mão-de-obra e aumento do custo das refeições, situação não desejada por parte significativa dos gestores. A realização do pagamento após o recebimento dos produtos também é esperada, em muitos casos demandando prazo maior. É importante destacar que o recebimento de alimentos no local e a possibilidade de pagamento após a entrega são situações rotineiras nos serviços de alimentação brasileiros. Portanto, mudanças nesse formato poderiam não ser bem aceitas por parte significativa dos gestores e comprometer o sucesso da iniciativa. Contudo, quase 40% deles expressam a possibilidade de receber os alimentos em local fora do seu empreendimento e mais de 45% aceitariam a possibilidade de pagamento antecipado ou no ato da compra. Esses percentuais abrem possibilidades de negociar inicialmente com aqueles mais abertos para flexibilizar suas condições e garantir a compra de alimentos orgânicos diretamente dos agricultores. Ainda, a maioria dos gestores considera possível comprar diversidade e quantidade mínima para viabilizar a entrega pelos agricultores. Ressalta-se a importância da sensibilização dos gestores dos serviços de alimentação, sobre as implicações da participação

em uma iniciativa de compra coletiva, e como isso implicaria no planejamento de produção e garantia de renda dos agricultores.

A falta de produtos disponíveis durante certas épocas do ano (COLASANTI; MATTS; HAMM, 2012; NIEDERLE; SCHUBERT, 2020) também é uma dificuldade da compra local da agricultura familiar pelos serviços de alimentação. A maior parte dos entrevistados informa que realiza planejamento do cardápio com frequência diária, semanal ou mensal, e considera possível realizar alterações nos cardápios a partir da disponibilidade de alimentos orgânicos produzidos na região. Este foi um fator importante identificado para o avanço de uma inovação social para compra-venda direta, visto que cardápios planejados semestralmente ou anualmente são mais engessados e poderiam inviabilizar a aquisição de alimentos sazonais dos agricultores familiares. O planejamento dos cardápios conforme a disponibilidade de alimentos contribui para enfrentar dificuldades relacionadas ao fornecimento de alimentos da agricultura familiar (BIANCHINI et al., 2020; SOARES et al., 2015; SOUSA et al., 2015). Para que isso aconteça é fundamental que haja uma efetiva negociação entre os agricultores e suas organizações com os serviços de alimentação (BIANCHINI et al., 2020; SCHWARTZMAN et al., 2017).

2.5.2 Sobre a capacidade socio-organizativa da oferta

O atendimento das condições apontadas pelos serviços de alimentação carece da mobilização dos atores com o intuito de conceber entendimentos comuns e consensos entre as partes interessadas. Preços adequados e a garantia de qualidade orgânica dos alimentos são condições apresentadas pelos serviços de alimentação, para o que negociações entre as partes poderia oportunizar o surgimento de novas ideias e soluções. Contudo, já há uma trajetória inovativa dos agricultores familiares orgânicos no território, com alimentos certificados através de sua rede organizativa, assim como a possibilidade de venda direta permitiria retirar ganhos de intermediários e abrir espaço para redução do preço final. A cooperação com fornecedores pode possibilitar o fornecimento de alimentos em condições que atendam às demandas da produção de refeições (RISKU-NORJA; LØES, 2017). Nesse sentido, seria necessário construir espaços de diálogo entre os serviços de alimentação interessados e as organizações dos agricultores, o que permitiria construir uma iniciativa de CCC colaborativa.

Os agricultores locais e suas organizações encontram-se, ao menos parcialmente, em condição de atender às demandas dos serviços de alimentação, sobretudo em função da rede de

intercooperação que empreenderam, gerando uma trajetória de inovações sociais. A Rede Ecovida de Agroecologia promoveu a ampliação das interfaces associativas acessadas pelos agricultores. Têm emergido variadas formas de cooperação entre agricultores, instituições e organizações sociais com atuação nos espaços rurais, o que têm promovido o aprimoramento da capacidade dos agricultores e suas organizações de construir respostas coletivas às dificuldades enfrentadas, com destaque para a construção de mercados diferenciados (ROVER et al., 2011; ROVER et al., 2016; SOUZA et al., 2021). Por exemplo, as condições apresentadas pelos serviços de alimentação quanto à logística de entrega (garantia e regularidade) poderiam ser atendidas através do compartilhamento de logísticas já disponíveis para os grupos de agricultores que abastecem as Células de Consumidores ou no ambiente do Circuito Sul de Circulação de Alimentos da Rede Ecovida.

A diversidade dos produtos também seria uma condição que os agricultores poderiam atender, diante da elevada diversidade produtiva, sobretudo daqueles que acessam formas de venda direta (ROVER et al., 2020). Além disso, os grupos de agricultores também ampliam o leque de produtos ofertados ao realizarem intercâmbios de produtos entre si, como forma de ampliar seu portfólio de oferta e de contornar as limitações da sazonalidade local.

2.5.3 Elementos para uma trajetória de inovação social

A capacidade de responder às condições apresentadas pelos serviços de alimentação é fruto de uma trajetória de iniciativas comerciais (Figura 3) empreendidas a partir do diálogo entre agricultores, suas organizações e entidades de apoio ligadas ao meio rural (instituições públicas e organizações sociais). Tais iniciativas representam inovações sociais, concebidas e implementadas por esses atores. A primeira inovação é a constituição da própria Rede Ecovida de Agroecologia. A Rede pode ser compreendida como a base que estrutura a trajetória de inovações, pois é no lastro de sua dinâmica organizacional que se geraram outras inovações sociais.

Os atores têm se utilizado da estrutura da Rede para conceber e implementar ações comerciais colaborativas, materializadas a partir de variados níveis de cooperação, espaços de diálogo e tomadas de decisões. Este é o caso tanto do Circuito Sul de Circulação de Alimentos, da articulação em organizações formais para o acesso a mercados institucionais e a Célula de Consumidores Responsáveis. A cada nova experiência, ampliam sua atuação, as interfaces de cooperação e o compartilhamento de recursos com o intuito de responder de forma eficaz a

novas necessidades enfrentadas coletivamente, e a atuação de novas entidades de apoio (instituições públicas ou organizações da sociedade civil).

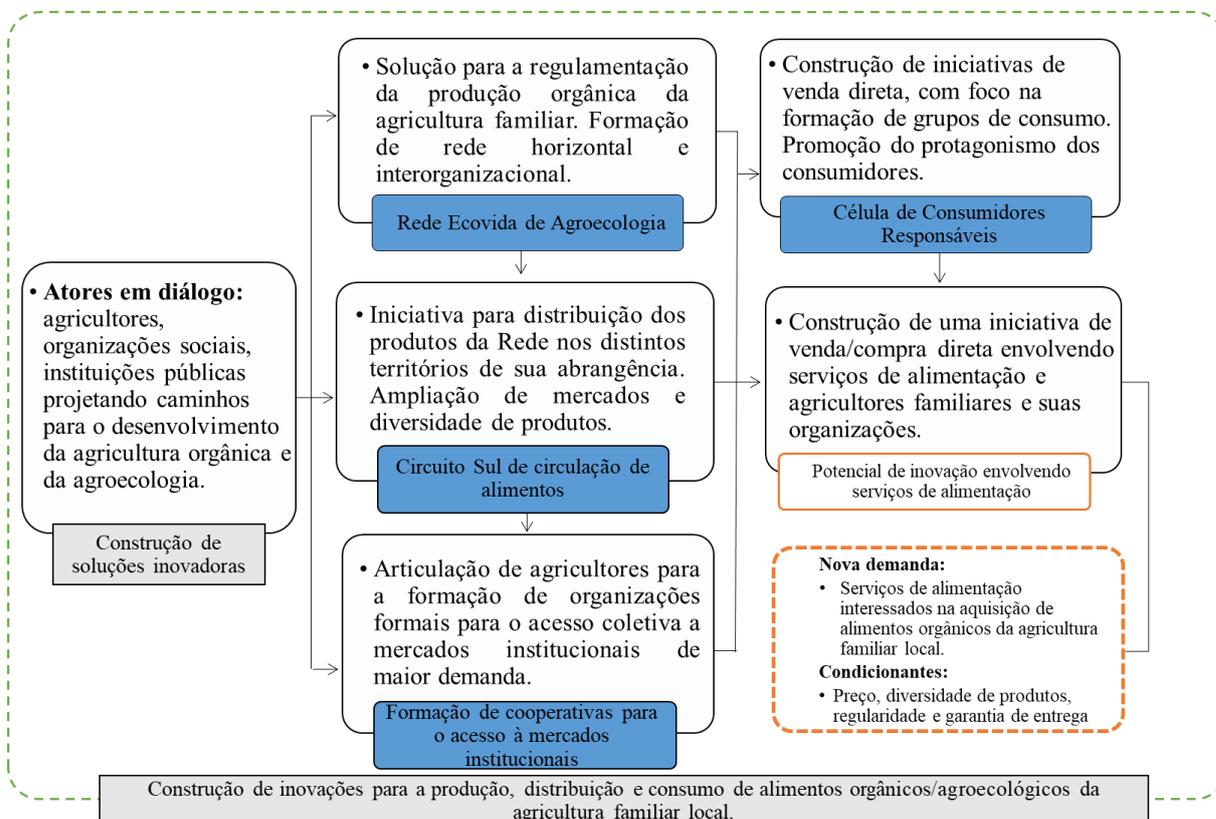


Figura 3. Representação da trajetória de inovação social empreendida pelos atores rurais do entorno da região da Grande Florianópolis, acrescida da iniciativa analisada nesta tese.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Mais recentemente, os atores sociais têm voltado sua atenção à qualificação do acesso aos mercados, entendendo a aproximação entre a produção e o consumo como forma de garantir mercados estáveis e com maiores rendimentos. Nesse cenário têm surgido inúmeras iniciativas de CCC, especialmente as de venda direta por pedidos antecipados, caso da experiência das Células de Consumidores Responsáveis e de outras distribuídas na região da Grande Florianópolis (SOUZA et al., 2021). Destacamos nessas experiências o aumento da participação dos consumidores na sua construção e desenvolvimento, o que é fruto do trabalho de instituições e organizações sociais que atuam na conscientização, buscando a responsabilização e mudança nas suas práticas de aquisição e consumo.

Nesse contexto, o interesse e disponibilidade de serviços de alimentação em praticar novas dinâmicas de aquisição de produtos alimentares têm o potencial de fazer emergir uma nova inovação social, dando sequência à trajetória inovadora em curso. As inovações anteriores

poderiam contribuir para a emergência de uma nova experiência, com atenção ao atendimento das condicionantes desse importante segmento do agroalimentar. Isto porque as experiências bem-sucedidas aumentaram a capacidade dos agricultores e de suas organizações para promover novas ações colaborativas, fruto do empoderamento dos atores, que se constituiu a partir de quatro elementos fundamentais para a emergência de novas iniciativas: os vínculos sociais (DAROLT et al., 2016; RENTING; SCHERMER; ROSSI, 2012), a confiança (MARSDEN; BANKS; BRISTOW, 2000), o compartilhamento de recursos (SCHNEIDER; FERRARI, 2015) e a aprendizagem coletiva (CHIFFOLEAU et al., 2019; RENTING; SCHERMER; ROSSI, 2012) (Quadro 4).

Quadro 4. Elementos da inovação social em CCC que contribuem para a emergência de soluções inovadoras.

Elemento	Aspectos teóricos	Aspectos empíricos
Vínculos sociais	Vínculos sociais se concretizam através do relacionamento estabelecido entre os atores e se materializam com maior ou menor nível de cooperação. Os relacionamentos são construídos sob novas formas associativas e de suporte institucional (Renting et al., 2003; Darolt et al., 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - Atores sociais rurais constituíram a Rede Ecovida, articulando-se socialmente em grupos para a viabilização da certificação orgânica; - Agricultores, organizações e instituições passaram a estabelecer vínculos que são mobilizados para o enfrentamento de diversos problemas coletivos (necessidades sociais), especialmente a partir da cooperação no acesso a novos mercados; - Os vínculos estabelecidos e fortalecidos nas iniciativas poderão ser acessados visando estruturar uma nova iniciativa de compra/venda, baseada nas condicionantes dos serviços de alimentação.
Confiança	A confiança advém das interfaces associativas (redes), as quais são significativas em estabelecer entendimentos comuns, padrões de trabalho e formas de cooperação entre os diferentes atores de uma cadeia de fornecimento (Marsden et al., 2000)	<ul style="list-style-type: none"> - O sucesso de iniciativas baseadas na cooperação aumentou a confiança dos indivíduos com seus pares; - O acúmulo de confiança levou os atores a construir novas formas de cooperação, investindo mais recursos e tempo nas iniciativas colaborativas; - Além de acessar as existentes, os agricultores deverão ampliar suas interfaces de cooperação (com outros agricultores e entidades de apoio), para fornecer alimentos em quantidade e diversidade, qualidade e regularidade aos serviços de alimentação.

Compartilhamento de recursos	Mobilização coletiva de recursos tangíveis (fatores de produção ativados no processo produtivo e mobilizados na constituição de um leque de produtos e serviços, e as infraestruturas logísticas mobilizadas na estruturação dos CCC) e intangíveis (habilidades e práticas locais, conhecimento tradicional, etc.) (Schneider; Ferrari, 2015)	<ul style="list-style-type: none"> - Os atores envolvidos compartilham os recursos que dispõem na construção de soluções concebidas nos seus espaços de diálogo; - Em muitos casos, os atores constroem estruturas para armazenagem, transporte e venda de produtos coletivamente; - A mobilização de recursos para a coletividade tem sido ampliada com o tempo; - Os recursos mobilizados nas experiências anteriores poderão ser novamente acionados numa experiência envolvendo os serviços de alimentação, com destaque para logística de reunião e distribuição dos produtos.
Aprendizagem coletiva	Compartilhamento coletivo de boas práticas, experiências e aprendizados. Práticas bem-sucedidas são transmitidas a novos atores, que aumentam suas habilidades no enfrentamento de dificuldades e na formatação de propostas mais adequadas às condições locais (Renting et al., 2012; Chiffolleau et al. 2019)	<ul style="list-style-type: none"> - A Rede Ecovida de Agroecologia, assim como o Circuito Sul de Circulação de Alimentos e a construção de novas formas de venda direta deram-se a partir de espaços de diálogo e aprendizagem entre os atores. - As experiências trocadas e emergidas dessas iniciativas, possibilitam conhecimento essencial à potencial emergência de inovação envolvendo os serviços de alimentação.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

2.5.4 Sumarizando as contribuições teóricas

O interesse de restaurantes e outros serviços de alimentação na aquisição de alimentos orgânicos é evidenciado na literatura. No entanto, o envolvimento desses segmentos com iniciativas de CCC ainda é pouco explorado, com foco mais proeminente nas empresas do setor público (BORSATTO et al., 2020; GALLI et al., 2014; SOARES et al., 2021). A primeira contribuição deste estudo corresponde à análise das condições impostas pelos serviços de alimentação para integrar as iniciativas de CCC. Semelhante ao que foi observado em um estudo sobre a compra de alimentos orgânicos em empresas públicas, que privilegiam propostas menos onerosas (GALLI et al., 2014), o preço dos alimentos foi o principal fator condicionante para a participação em uma experiência de compra direta de produtores locais. Além disso, questões relacionadas à logística surgiram como um tema central para o desenvolvimento de CCC nesse setor (PACIAROTTI; TORREGIANI, 2018), e a qualidade dos produtos (aparência, tamanho, frescor etc.), expressando preocupação com a estética dos alimentos servidos aos clientes.

A segunda contribuição está relacionada à abordagem teórica das inovações sociais em iniciativas de CCC. Alguns estudos recentes que abordaram essa perspectiva apontam que as inovações nessas experiências podem surgir como resultado de sucessivas ações coletivas (trajetórias) empreendidas pelos atores envolvidos em CCC (SOUZA et al., 2021; ALBERIO; MORALLI, 2021b; PETROPOULOU et al., 2022; VERCHER, 2022). No entanto, pouco se avançou na explicação ou explicitação dos mecanismos pelos quais essas trajetórias desencadearam processos de inovação social. Aqui, embora de forma introdutória, apresentamos alguns aspectos que podem contribuir para o desenvolvimento de uma trajetória inovadora no contexto dos CCC, mobilizando e atribuindo relevância aos laços sociais, à confiança, ao compartilhamento de recursos e à aprendizagem coletiva.

Nesses termos, as inovações sociais são concebidas como um processo resultante da mobilização de diferentes atores sociais. Agricultores e outros atores sociais com atuação rural trabalham juntos para conceber, experimentar e disseminar ações voltadas para a produção e a venda de seus produtos. Com base em seu repertório acumulado de ações colaborativas, eles empreendem maneiras de atender às suas necessidades sociais, a fim de resolver as assimetrias de poder no sistema social em que estão inseridos (AYOB; TEASDALE; FAGAN, 2016).

2.6 CONCLUSÕES

A transição para sistemas agroalimentares mais sustentáveis exige a criação de iniciativas que possibilitem mudanças para práticas alimentares mais responsáveis. Nesse contexto, é pertinente incluir os atores sociais na configuração das inovações. Este artigo analisou as condições para a formação de circuitos curtos de comercialização de alimentos envolvendo serviços de alimentação e organizações de agricultores orgânicos na região da Grande Florianópolis, com base em pesquisa desenvolvida para compreender e estimular a construção de inovações sociais. Constatou-se que há interesse, condições e atores dispostos a se tornarem vanguarda no fornecimento de refeições associadas a iniciativas de aproximação produção-consumo. Esse fato pode ser apresentado como um ponto de partida para que os *stakeholders* consigam mobilizar diferentes públicos interessados em uma ação com potencial de inovação social.

Os serviços de alimentação expressaram várias condições para participar das iniciativas de CCC, entre as quais se destacam: a necessidade de preços acessíveis, aspectos relacionados à logística, qualidade do produto e condições de pagamento adequadas. Por sua

vez, os agricultores são capazes de responder adequadamente às condições desse tipo de estabelecimento. Essa força é explicada pela dinâmica socio-organizativa, derivada de uma trajetória de inovações socialmente concebidas, que aprimoraram sua capacidade de ação, na busca de acesso a mercados justos e mais estáveis, especialmente a partir da articulação dos agricultores em organizações locais e redes de múltiplos atores.

Em termos teóricos, a pesquisa contribui para a compreensão do papel das inovações socialmente concebidas pelos atores agroalimentares na construção de iniciativas com impacto na geração de transformações nos sistemas agroalimentares locais. Além disso, mostra como a existência de experiências e o engajamento social anterior podem ser um campo fértil para o surgimento de novas inovações sociais, o que denominamos de trajetória de inovações sociais. De acordo com os resultados, o interesse dos serviços de alimentação em integrar as iniciativas de CCC para a aquisição de produtos orgânicos aponta para o potencial de convergência entre eles e o conjunto de atores da agricultura orgânica no território, o que teria a capacidade de acrescentar mais uma inovação social à trajetória em curso, com um papel especial para os agricultores, suas organizações e entidades de apoio ligadas ao contexto rural.

Em outras palavras, a disposição dos serviços de alimentação, associada à trajetória de inovações sociais ligadas à CCC abastecidos pelos agricultores do entorno de Florianópolis, mostra uma possível abordagem com potencial para gerar um novo passo nessa trajetória do território. Isso poderia aumentar o impacto das iniciativas de CCC em andamento, garantindo que os consumidores tenham acesso a alimentos locais, mesmo quando estiverem comendo fora.

A pesquisa tem limitações, especialmente por sua natureza descritiva, e por não fornecer nenhuma análise quantitativa estatisticamente generalizada. Entretanto, essas mesmas limitações oferecem oportunidades favoráveis para o desenvolvimento de novos estudos. A primeira, com relação à perspectiva teórica, é que o aprofundamento da compreensão dos mecanismos que influenciam as trajetórias inovadoras exigiria estudos que focassem as redes sociais em várias escalas e mobilizassem diferentes perspectivas teóricas. A segunda corresponde à investigação das condições e do potencial produtivo dos agricultores locais e do impacto da criação de inovações em CCC para o fornecimento de serviços de alimentação, além de um estudo *in loco* voltado para a compreensão da dinâmica de funcionamento da política de compras desses empreendimentos e das possíveis estratégias de conexão com as organizações de agricultores locais.

2.6.1 Contribuições analíticas para a tese

O presente artigo aborda as circunstâncias com as quais os serviços de alimentação tendem a articularem-se a agricultores (e outras organizações sociais) para a construção de experiências de CCC. Para o caso estudado, por um lado, observou-se que são várias as questões consideradas antes desses atores empreenderem mudanças em seus padrões de aquisição de insumos para a produção de refeições. Sob o prisma teórico, obtêm-se que a participação é condicionada tanto por aspectos econômicos quanto por questões altruístas. No entanto, em se tratando de empreendimentos econômicos, fatores que garantam o acesso a produtos a preços, qualidade e regularidade adequadas, apresentam-se como limitantes para o envolvimento em iniciativas de CCC. Isto indica que, sob condições menos adequadas, seja necessário um trabalho de sensibilização, visando garantir a participação desses atores, especialmente em fases de construção momentos em que os aspectos de funcionamento ainda estão em processo de experimentação. Analiticamente, tais resultados depõem para a existência de uma dimensão mercadológica, constituída a partir do conjunto de questões que direta ou indiretamente influenciam no interesse, e conseqüentemente, no engajamento dos atores sociais (nesse artigo, evidenciado especialmente com os profissionais que atuam com serviços de alimentação).

O caso estudado também demonstra a existência de uma trajetória de inovações, protagonizada por agricultores e entidades de apoio (instituições e organizações), capazes de favorecer os agricultores no atendimento às condições colocadas pelos serviços de alimentação. As inovações precedentes e sua trajetória colocam-se como elemento facilitador na constituição de novos processos inovadores, na medida em que instrumentalizam os atores a conceberem e concretizarem novas formas de inovação, tanto material quanto simbolicamente.

Esses aspectos tornam oportuno a análise sobre as dinâmicas através das quais os atores sociais articulam-se, mobilizam-se e coletivamente contribuem para o desenvolvimento dessas iniciativas. Este compreende o foco de análise do próximo artigo, o qual aborda a mobilização social da rede de atores – doravante posicionada enquanto uma rede de cidadania agroalimentar – e sua contribuição no desenvolvimento de iniciativas de circuitos curtos de comercialização, analisando o histórico da dinâmica socio-organizativa em torno da construção da proposta de iniciativa de comercialização direta entre serviços de alimentação e organizações de agricultores do entorno de Florianópolis.

3 ARTIGO 2. A DINÂMICA DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL DOS ATORES EM TORNO DE INOVAÇÃO SOCIAL EM CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS NA GRANDE FLORIANÓPOLIS/SC

Resumo: Este artigo analisa a dinâmica organizativa dos *stakeholders* articulados em um rede locais e sua mobilização social em torno da construção da iniciativa de CCC envolvendo serviços de alimentação e organizações de agricultores orgânicos do entorno de Florianópolis/SC. Para tanto, mobilizou-se as abordagens teóricas das redes de cidadania agroalimentar e dos ecossistemas de inovação social, para compreender como a dinâmica e estratégias de mobilização dos atores podem contribuir para a participação dos atores sociais na construção de iniciativas de circuitos curtos de comercialização com potencial inovador. Os dados foram coletados a partir de observação participante, análise documental e revisão de estudos de caso locais. Evidenciou-se que a mobilização dos atores da rede deu-se a partir de processos articulação, sensibilização e mobilização dos atores envolvidos, associando-as a três diferentes estratégias de mobilização, a saber: a integração de atores e objetivos; a responsabilização de indivíduos e entidades; e a concentração das ações em atores restritos e mais aderentes a iniciativa. Tais estratégias modificaram-se a partir avaliação dos atores mobilizadores, considerando o contexto de participação e os avanços na construção da iniciativa. A partir da rede, os atores aportaram várias contribuições para a construção da iniciativa de CCC, podendo ser resumidas em três maneiras: a) articulação de atores interessados (agricultores e serviços de alimentação) e outros apoiadores; b) prestação de suporte técnico e capacitação aos públicos envolvidos; c) avaliação do processo e aprendizados coletivos. No entanto, esse processo concentrou-se no protagonismo de atores com atuação rural. Nesse sentido, evidencia-se enquanto oportuna a ampliação de processos sociais em torno da articulação, sensibilização, mobilização de atores mais próximas aos serviços de alimentação, como estratégia de aproximação desse público, buscando seu efetivo engajamento na proposta.

Palavras-chave: Ecossistemas de inovação; Soluções inovadoras; Serviços de alimentação; Rede de cidadania alimentar.

3.1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, estudos sobre inovações sociais têm sido impulsionados como forma de desenvolver respostas a problemas sociais vivenciados por atores em situação de vulnerabilidade (AGOSTINI et al., 2017; ANDION et al., 2017; BIGNETTI, 2011; BOCK, 2012; MOULAERT et al., 2013). Essa abordagem teórica e de ação coletiva tem-se expandido para vários domínios, incluindo o do abastecimento agroalimentar em circuitos curtos de comercialização de alimentos (CCC) (CHIFFOLEAU; LOCONTO, 2018; PETROPOULOU et al., 2022). Em termos práticos, essa abordagem tem se debruçado sobre como atores menos

influentes no sistema alimentar têm se articulado para construir respostas coletivas que atuem conjuntamente no âmbito do complexo produção-abastecimento-consumo (CHIFFOLEAU; PATUREL, 2016; CHIFFOLEAU; PREVOST, 2012; ROSSI; BOCCI, 2018; ROVER; DE GENNARO; ROSELLI, 2016).

Recentemente alguns estudos têm demonstrado e enfatizado que o sucesso deste tipo particular de inovação não depende exclusivamente do quão promissora apresenta-se a nova prática social concebida e experimentada pelos grupos de interesse (DOMANSKI; HOWALDT; KALETKA, 2020). Têm se ampliado as análises sobre como as redes de atores e o ambiente resultante de suas ações e políticas, podem contribuir no fortalecimento de tais inovações. Nesse sentido, o foco desloca-se das ações organizativas de algum ator específico para as interfaces associativas e cooperativas que direta ou indiretamente articulam os atores sociais na concepção, implementação e avaliação de novas ideias (CASTELO, 2023; CORREIA et al., 2022; VAN NIEKERK et al., 2022).

Nesse contexto, a articulação e mobilização de distintos atores apresenta-se como aspecto fundamental no desenvolvimento de iniciativas com pretensão inovadora. A partir daí emergem discussões em relação a quais estratégias impulsionariam ou podem apresentar-se enquanto limitantes para a mobilização de atores em torno da construção de novas experiências. Nesse ponto a atenção recai nos atores que atuam na mobilização e articulação das redes de atores locais, e sua capacidade de materializar esforços na concepção, experimentação e consolidação de novas práticas ou formas de ação coletiva⁸.

No campo da alimentação, as redes de cidadania agroalimentar (RCA) têm ganhado relevância, por oportunizar a articulação e mobilização de diversos atores sociais, em torno da aproximação entre a produção e o consumo, da democracia e da soberania e segurança alimentar (RENTING; SCHERMER; ROSSI, 2012; SPILLARE; PALTRINIERI; MARCIANTE, 2018). Um exemplo dessa articulação é a denominada rede de cidadania agroalimentar (RCA) da Grande Florianópolis, articulação de uma diversidade de organizações a nível local/regional, imbuídos no fortalecimento da agroecologia e de iniciativas de CCC, algumas delas sendo consideradas inovações sociais (ESCOSTEGUY, 2019; MIRANDA, 2020; SOUZA et al.,

⁸ Nesse estudo considera-se a ação coletiva um fenômeno no qual indivíduos associam-se com o intuito de atingir objetivos compartilhados coletivamente, resultando na mobilização de distintos atores e recursos (tangíveis e intangíveis) para o desenvolvimento de processos colaborativos, visando a obtenção de benefícios coletivos ou no enfrentamento de questões vivenciadas pela coletividade.

2021). No entanto, a abordagem das RCA ainda tem sido pouco explorada em pesquisas sobre o desenvolvimento de inovações sociais em CCC de alimentos.

A referida rede tem articulado uma série de instituições e organizações sociais, tais como organizações de agricultores, ONGs, universidades, empreendimentos da iniciativa privada, consumidores organizados, entidades prestadoras de assistência técnica e extensão rural (ATER), etc. O elemento aglutinador deste processo compreende o fortalecimento das experiências de agroecologia e produção orgânica, especialmente associando-as à promoção de práticas de consumo alimentar responsáveis, e o estreitamento das relações entre produção e consumo.

Outra abordagem que analisa a articulação de atores para a promoção de soluções inovadoras é a denominada ecossistemas de inovação social, da literatura internacional *social innovation ecosystems*. Eles são definidos como redes intersetoriais de atores sociais (organizações sociais e instituições públicas e privadas) e recursos que buscam promover a inovação para solucionar desafios sociais e alcançar mudanças positivas na sociedade (BATAGLIN et al., 2021; CUNHA et al., 2022; VAN NIEKERK et al., 2022).

A ação, objeto deste estudo, é fruto de debates oriundos da articulação entre diversos atores, que desde 2015 têm-se mobilizado para ações colaborativas que promovam a produção orgânica, agroecologia e consumo responsável no território em questão. Em um seminário em 2018, a proposta de construir uma articulação direta entre serviços de alimentação e organizações de agricultores surgiu como possibilidade de ampliar o impacto dos CCC de alimentos orgânicos/agroecológicos. Essa ação, ainda em desenvolvimento, é analisada no presente artigo sob a ótica de uma inovação social em potencial, uma vez que pode ampliar o acesso a mercados por agricultores locais/regionais (necessidade social desse segmento) e o consumo de alimentos de qualidade superior na alimentação fora de casa.

Partiu-se do seguinte questionamento: Como a dinâmica e estratégias de mobilização podem contribuir para a participação dos atores sociais na construção de iniciativas de circuitos curtos de comercialização com potencial inovador? Nesse sentido, o trabalho objetiva analisar a dinâmica organizativa dos *stakeholders* e sua mobilização social em torno da construção da iniciativa de CCC envolvendo serviços de alimentação e organizações de agricultores orgânicos do entorno de Florianópolis/SC. Para tanto, parte-se da perspectiva teórica das redes de cidadania agroalimentar enquanto um ecossistema de inovação social, no desenvolvimento de

uma iniciativa de CCC envolvendo serviços de alimentação e organizações de agricultores orgânicos do entorno de Florianópolis.

Nesse sentido, o artigo lança luz sobre a atuação das redes de atores locais, e como elas influenciam na geração de inovações sociais em iniciativas de CCC. Ademais, também aborda as dinâmicas de mobilização social no âmbito da rede, e como estas contribuem para o desenvolvimento de iniciativas com potencial inovador. Nessa perspectiva, complementa a análise dos fatores condicionantes para a participação e do papel das trajetórias inovadoras (evidenciadas no artigo anterior), ao evidenciar as dinâmicas nas interações associativas e cooperativas e o papel dos atores mobilizadores nesse processo.

Além desta introdução, o artigo está estruturado em quatro seções. A segunda apresenta uma revisão teórica, na qual estabelece-se relações entre as perspectivas das RCA e os ecossistemas de inovação social. Na seção seguinte apresentam-se os aspectos metodológicos da pesquisa. Na quarta seção apresenta-se o caso da rede de cidadania agroalimentar de Florianópolis, suas contribuições no fortalecimento da iniciativa de compra e venda direta entre serviços de alimentação e agricultores, e a identificação de aspectos característicos dos ecossistemas de inovação social. Por fim, apresentam-se algumas conclusões do estudo.

3.2 REVISÃO DE LITERATURA

3.2.1 Redes de Cidadania Agroalimentar

As redes de cidadania agroalimentar, referidas na literatura internacional como *Civic Food Networks*, compreendem articulação entre várias organizações em torno da produção, distribuição e consumo de alimentos que buscam promover a sustentabilidade, a equidade e a participação ativa das comunidades locais (LAMINE; DAROLT; BRANDENBURG, 2012; RENTING; SCHERMER; ROSSI, 2012; SPILLARE; PALTRINIERI; MARCIANTE, 2018).

Numa perspectiva teórica, esses arranjos territoriais derivam de um aprofundamento crítico das denominadas redes alimentares alternativas (*alternative food networks*), reposicionando o debate para questões ligadas à soberania, democracia e cidadania alimentar, destacando-se a participação, a auto-organização, a autonomia dos atores e o controle local do sistema alimentar. Esses conceitos são mobilizados na expectativa de contribuir com a discussão em torno do papel dessas redes locais/regionais no trato com questões ligadas à justiça

e inclusão social, a partir da garantia ao acesso a alimentos de qualidade superior (RENTING; SCHERMER; ROSSI, 2012).

O abastecimento nas RCA caracteriza-se pela conexão próxima entre agricultores, processadores de alimentos, distribuidores e consumidores, com presença mínima de intermediários convencionais. Nesse sentido, elas alinham-se com a perspectiva dos CCC de alimentos, buscando fortalecer o cultivo sustentável de alimentos, com ênfase na agricultura familiar, práticas agroecológicas e a redução do impacto ambiental (LAMINE; DAROLT; BRANDENBURG, 2012; PASCUCCI, 2010).

Ao fortalecer as conexões locais e reduzir a dependência de longas cadeias de abastecimento, essas redes aumentam a capacidade das comunidades para enfrentar crises e choques externos, tornando-as mais resilientes (PACIAROTTI; TORREGIANI, 2021). Ademais, essa aproximação permite uma maior transparência na cadeia alimentar, possibilitando que os consumidores conheçam a origem dos alimentos que estão adquirindo, promovendo assim a consciência sobre questões como a sazonalidade, a saudabilidade e o respeito ao meio ambiente (DAROLT et al., 2016; KNEAFSEY et al., 2013; RENTING; MARSDEN; BANKS, 2003).

No entanto, essas redes não se limitam apenas ao abastecimento agroalimentar. Essa articulação oportuniza a interlocução entre uma diversidade de atores sociais (organizações sociais, instituições públicas, empreendimentos privados, etc.) ligados a questões da alimentação (MIRANDA, 2020). O estabelecimento de relações entre os membros da rede fortalece o senso de comunidade e a coesão social, o que oportuniza a concepção e implementação de projetos de interesse comum. A diversidade de iniciativas de aproximação entre os elos da produção e do consumo constitui resposta à crescente preocupação com a sustentabilidade e a resiliência dos sistemas alimentares, diante de desafios como as mudanças climáticas e a globalização (LAMINE; DAROLT; BRANDENBURG, 2012; RENTING; SCHERMER; ROSSI, 2012).

Um importante elemento novo é a participação dos consumidores na estruturação de sistemas de governança alimentares a nível local e regional. Nesse sentido, esses atores despontam como cidadãos que participam da concepção e efetivação de novas práticas em torno do abastecimento e consumo alimentar (DUBUISSON-QUELLIER; LAMINE; LE VELLY, 2011). Ademais, atuariam enquanto atores políticos capazes de gerar mudanças no ordenamento

do sistema agricultura-alimentação, no protagonismo de atores desprestigiados, reforçando o papel da democracia alimentar (HASSANEIN, 2008; PROST, 2019; ZAGATA, 2014).

Estudos apontam que as RCA podem contribuir para o desenvolvimento de ações coletivas/colaborativas de diferentes maneiras. Por um lado, elas atuam na *disseminação de informações e conhecimentos* sobre ações dos atores sociais da rede, na medida em que facilitam o fluxo de informações e de conhecimentos entre os atores sociais (RENTING; SCHERMER; ROSSI, 2012). Por outro, contínua e esporadicamente elas promovem a *sensibilização de atores e indivíduos* em torno de valores e significados de novas práticas sociais ligadas à alimentação. A conscientização para a produção e o consumo de alimentos orgânicos/agroecológicos, locais, da sociobiodiversidade ou da agricultura familiar, dentre outros, compreendem pautas valorizadas nessas redes, as quais desenvolvem ações visando incentivar a mobilização para a adoção de práticas mais saudáveis e sustentáveis (SOUZA et al., 2021).

A RCA também compreende um arranjo que oportuniza o *uso compartilhado de recursos*. As infraestruturas dos atores sociais, por exemplo, podem ser mobilizadas em diferentes formas de colaboração entre os atores para a realização de propósitos definidos em rede, aumentando a capacidade de ação dos atores quando articulados de forma interorganizacional (RENTING; SCHERMER; ROSSI, 2012). Um exemplo deste aspecto compreende a iniciativa das Células de Consumidores Responsáveis (CCR), ação que oportuniza a organização coletiva para aquisição e consumo de alimentos orgânicos/agroecológicos. A maioria dos pontos de entrega desta experiência são espaços cedidos por organizações, instituições ou empresas sensibilizadas e/ou com interesses nessas iniciativas (CARRIERI; PUGAS; ROVER, 2023).

Outra forma de contribuição das RCA identificada na literatura compreende a efetivação de espaços coletivos de diálogo, necessários para a *avaliação das ações empreendidas* no âmbito das redes. Os momentos de avaliação podem se estabelecer nas reuniões, encontros, eventos de discussão entre os atores, mobilizados por questões em torno da alimentação. Estes momentos podem ser interpretados como *locus* de reflexão conjunta em torno das atividades desenvolvidas ou ambiente para cocriação de novas ideias, além de representar momentos oportunos para a geração de aprendizados coletivos (ANDERSON, 2014). Essa perspectiva se aproxima da noção de inovação social, na medida em que esses

espaços seriam locais onde os atores promovem a problematização de suas realidades, que muitas vezes geram o ímpeto necessário a produção coletiva de novas práticas.

O aporte das RCA converge com a abordagem teórica dos ecossistemas de inovação social. Essas redes têm se mostrado como importantes catalisadoras de inovações sociais, pois sua articulação entre os atores ultrapassa o objetivo de fornecer alimentos de qualidade. Elas também promovem mudanças nos padrões de consumo, fortalecem a economia local e favorecem o compartilhamento de conhecimento entre os atores. Essas redes também têm impactos econômicos significativos, pois incentivam o comércio local e valorizam os pequenos produtores (SOUZA et al., 2021; ESCOSTEGUY, 2019).

3.2.2 Ecossistemas de inovação social

O conceito de Redes de Cidadania Agroalimentar (RCA) apresenta intrínseca relação com a noção de ecossistemas de inovação social, uma vez que esta abordagem parte da argumentação de que muitas inovações não seriam concretizadas sem a presença de interações sociais de distintos atores, implementando novas estratégias e resultando em impacto social mais eficiente (BRAGAGLIA, 2023; PINTO; FERREIRA; GUERREIRO, 2021). Nesse sentido, os ecossistemas de inovação social correspondem a uma abordagem sistêmica, que se concentra nas interfaces e colaborações de atores de distintos setores sociais (Estado, mercado, sociedade civil, academia, etc.) e suas respectivas racionalidades e mecanismos de ação (ANDION et al., 2022; CASTELO, 2023; VAN NIEKERK et al., 2022).

Esses ecossistemas têm como objetivo criar um ambiente propício para o desenvolvimento de iniciativas inovadoras, com o intuito de enfrentar problemas sociais, econômicos e ambientais, como a pobreza, a exclusão social, a degradação ambiental e a desigualdade. Eles operam através de uma abordagem colaborativa e participativa, incentivando a cooperação entre os diferentes atores envolvidos (PEL et al., 2020).

A literatura sobre ecossistemas de inovação social apresenta três características marcantes, as quais são detalhadas no Quadro 5: i) a interface intersetorial que compreende a diversidade de atores e suas distintas perspectivas de atuação, materializando-se a partir da integração de múltiplos setores (público, privado e terceiro setor); ii) o estímulo à experimentação e aprendizado contínuo como forma de gerar ambiente propício a conformação de novas práticas e soluções no contexto das situações problemáticas (confrontamento de

saberes); e iii) o estabelecimento de formas de governança colaborativa, nas quais os atores articulam-se em processos de cooperação em variadas formas de colaboração.

Quadro 5. Principais elementos que caracterizam os ecossistemas de inovação social.

Elementos	Aspectos mencionados na literatura
Interface intersetorial	<ul style="list-style-type: none"> - Inovações sociais como inerentemente intersetoriais, resultando na interação dos valores dos distintos atores e do contexto em que são implementadas (DANTAS et al., 2023). - É constituída pela diversidade de atores sociais envolvidos. Podem ser classificados em ‘sub-ecossistemas’ específicos (“ecossistema de economia social”, “ecossistema de negócios sociais”, “ecossistema de solidariedade social”). Se constitui a partir dos atores da sociedade civil e dos setores social, econômico e acadêmico (PINTO; FERREIRA; GUERREIRO, 2021). - Não se centra no estudo de apenas um setor, ator ou tipo de inovação social, buscando adotar uma perspectiva abrangente. Nesse sentido, o governo, as empresas, a academia e a sociedade civil têm um papel na busca de mudanças desejáveis (ANDION; ALPERSTEDT; GRAEFF, 2020).
Experimentação e aprendizado contínuo	<ul style="list-style-type: none"> - Interface entre os atores, incluindo os não-especialistas, na investigação de situações problemáticas (ANDION et al., 2022; MAGALHÃES; ANDION; ALPERSTEDT, 2020); - Se estabelece a partir de conexões nas redes de atores, as quais suportam o aprendizado coletivo e a disseminação de conhecimentos sobre ações experimentais (VAN NIEKERK et al., 2022). - “A geração de conhecimento em inovação social ocorre no curso de projetos e experimentos por meio da co-criação com beneficiários e outros atores e, portanto, é incorporada localmente” (TERSTRIEP; REHFELD; KLEVERBECK, 2020, p. 891);
Governança colaborativa	<ul style="list-style-type: none"> - “Inovações sociais geralmente assumem a forma de "espaços", "hubs", "vilas" ou "laboratórios" colaborativos. Isso expressa suas inclinações para várias formas de colaboração e capacitação das comunidades locais (PEL et al., 2020); - Colaboração e cooperação entre atores como elementos fundamentais na governança colaborativa, e na produção de aprendizados coletivos (ANDION et al., 2022).

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Assim como na abordagem teórica das RCA (RENTING; SCHERMER; ROSSI, 2012), nos ecossistemas de inovação social destaca-se a importância de processos participativos e de governança colaborativa, em que os diferentes atores têm voz e participam ativamente na definição das agendas e nas tomadas de decisão (ALCAIDE LOZANO et al., 2019; BRAGAGLIA, 2023). Essa característica apresenta-se como essencial para o sucesso dos ecossistemas de inovação social, pois permite a construção de soluções mais integradas, efetivas e adaptáveis às necessidades locais. Ademais, outro elemento pertinente diz respeito à integração de diferentes tipos de inovação na concepção de “estratégias de inovação transformacional”, para os quais variadas formas de cooperação são admitidas (TERSTRIEP, REHFELD; KLEVERBECK, 2020).

Em suma, ambas abordagens consideram a integração de atores como ambiente propício para a efetivação de inovações sociais. O potencial de se analisar essas abordagens conjuntamente está naquilo que teórica e empiricamente elas se complementam: enquanto as RCA concentram-se na interação dos atores, dando ênfase na construção de novas relações entre a produção e consumo de alimentos, os ecossistemas de inovação focam a constituição de ambientes propícios para a concepção, experimentação e desenvolvimento de inovações sociais em diversos domínios. Ademais, ambas as abordagens podem ser consideradas como mecanismos para a construção de parcerias fortes e relações de confiança e reciprocidade, facilitando a colaboração e o compartilhamento de infraestruturas, recursos e conhecimentos. Isto poderia qualificar os resultados da inovação social, tornando seu impacto mais abrangente, efetivo e escalável, uma vez que os diferentes atores alinham interesses na realização de objetivos comuns.

3.3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Tendo como objetivo analisar a dinâmica de mobilização social empreendida na construção de uma experiência de compra e venda de alimentos orgânicos envolvendo restaurantes de Florianópolis e organizações de agricultores de municípios do seu entorno⁹. Analisou-se o caso da construção da ‘Rede de Restaurantes Responsáveis’ (RRR), iniciativa em fase experimental, que propôs um modelo organizativo para viabilizar a aquisição de alimentos orgânicos diretamente da agricultura familiar local por serviços de alimentação em Florianópolis/SC. Buscou-se compreender como atores de uma rede de cidadania agroalimentar podem fortalecer inovações sociais em CCC.

O estudo possui abordagem qualitativa, desenvolvida no âmbito de um laboratório imbuído no estudo e construção de experiências de comercialização voltadas ao segmento da agricultura familiar que atua com a agroecologia e a produção orgânica na região. Trata-se de um estudo de caso em que se analisa a atuação do referido laboratório e organizações e instituições parceiras, a partir da perspectiva do autor, o qual também constitui parte do conjunto de atores envolvidos. Nesse sentido, o estudo pode ser entendido como uma pesquisa-ação, uma vez que promove a análise das práticas empreendidas pelos atores partícipes, por ter

⁹ Nessa pesquisa, definiu-se enquanto distância apropriada para a construção de relação de proximidade entre restaurantes e agricultores a quilometragem de no máximo 200km. Ou seja, organizações de agricultores de municípios com distância de Florianópolis que não ultrapassasse esse limiar.

enquanto objeto de pesquisa situações vivenciadas no cotidiano dessa coletividade, e pela integração dos autores na referida articulação interorganizacional.

Os dados foram coletados entre fevereiro de 2021 e dezembro de 2022, e mobilizou-se a partir três distintos instrumentos, a saber: **a) observação participante:** a partir da participação em reuniões, encontros e eventos com o conjunto de atores envolvidos na dinâmica organizativa; **b) Análise documental:** que deu-se a partir do acesso a bancos de dados¹⁰, atas de reuniões, e relatórios de eventos realizados com as organizações e instituições vinculadas à rede e; **c) Revisão de literatura de estudos de caso locais:** em que mobilizou-se a análise de pesquisas sobre a atuação em rede dos atores em torno das dinâmica de aproximação entre produção e consumo de alimentos.

O foco da análise dos dados estabeleceu-se nos seguintes aspectos: i) a rede de cidadania agroalimentar da região da Grande Florianópolis; ii) a dinâmica e histórico da mobilização dos atores para a construção da iniciativa de comercialização direta entre restaurantes e agricultores; iii) a identificação dos atores mobilizados e suas contribuições para a construção da experiência, além de atores não articulados mas com potencial de contribuição; iv) proximidade e interações entre os atores sociais com os públicos de interesse na iniciativa (agricultores e/ou serviços de alimentação).

3.4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.4.1 A Rede de Cidadania Agroalimentar da Grande Florianópolis

A rede de cidadania agroalimentar (RCA) de Florianópolis compreende uma articulação interorganizacional em torno de questões ligadas à agricultura e à alimentação. Ela vem sendo estudada e denominada academicamente enquanto RCA, pois compreende uma articulação entre diferentes instituições e organizações sociais, atuante em torno da democratização do acesso a alimentos de qualidade superior (especialmente orgânicos/agroecológicos), a ampliação do acesso a mercados de proximidade por parte dos

¹⁰ Os dados são obtidos a partir do Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (LACAF/UFSC), que se articula em vários segmentos sociais da agricultura familiar, que atuam com a agroecologia e a produção orgânica. Dessa articulação, vários projetos de ensino, pesquisa e extensão são desenvolvidas em parcerias com instituições e organizações locais/regionais. Os dados obtidos dessas atividades são arquivados pelo LACAF/UFSC, onde são oportunamente mobilizados em pesquisas de estudantes de graduação e pós-graduação ou pesquisadores externos.

agricultores (os CCC), e a promoção de práticas consumo mais sustentáveis (ESCOSTEGUY, 2019; MIRANDA, 2020; SOUZA et al., 2021).

Alguns desses atores sociais possuem relação histórica que remontam à institucionalização da agricultura orgânica na região. A constituição da Rede Ecovida de Agroecologia na década de 1990, por exemplo, compreende exemplo de objeto de atuação de indivíduos e grupos em torno do fortalecimento de processos coletivos ligados à agroecologia. Mais recentemente, essa articulação tem se aprofundado, com especial atenção à construção de iniciativas de aproximação entre os elos da produção e do consumo, ampliando o protagonismo dos segundos, como forma de fortalecer os vínculos sociais, e oportunizar dinâmicas de abastecimento alimentar mais estáveis. Este processo tem possibilitado o envolvimento de alguns desses atores em algumas iniciativas de compra/venda direta de alimentos orgânicos entre agricultores e consumidores organizados. Em termos organizativos, destacam-se atores sociais com atuação no meio rural, especialmente ONGs e entidades de ATER e núcleos de pesquisa (universidades) envolvidos em ações junto a agricultores e suas organizações (ESCOSTEGUY, 2019).

Essa aproximação entre a produção e o segmento do consumo têm possibilitado aprofundar a construção de uma rede de cidadania voltada à alimentação e ao fortalecimento da agricultura de base familiar. Escosteguy (2019), analisando essa rede, argumenta que este processo dá-se pela interação entre os atores e através da formação de espaços de coordenação e ações coletivas. Nas palavras da autora “[...] quando há um engajamento e um objetivo comum [...] cria-se um ambiente que favorece o fortalecimento de mudanças coletivas referentes aos hábitos alimentares” (ESCOSTEGUY, 2019, p.103).

Segundo a autora, esse estreitamento de laços apresenta intrínseca relação com a promoção de inovações sociais, na medida em que oportunizam a criação de alternativas a lacunas do sistema agroalimentar hegemônico, a partir de momentos, iniciativas e ações concebidas e praticadas coletivamente. Essas alternativas reforçam a dimensão cívica da RCA, “ao fortalecer a relação produtor-consumidor, valorizando o local, identidade, cultura, e formas de produção e de vida do meio rural” (ESCOSTEGUY, 2019, p. 102).

O primeiro esforço sistemático de retratar a constituição de uma RCA na Grande Florianópolis compreendeu ao mapeamento das iniciativas de venda direta por pedidos antecipados em funcionamento na região conurbada de Florianópolis. Esse mapeamento incluiu as organizações de agricultores orgânicos/agroecológicos da região; grupos de compra e locais

para aquisição de alimentos oriundos desses agricultores e as entidades de apoio a essas iniciativas (instituições públicas e organizações sociais) que dão suporte às iniciativas de venda direta (Figura 4)¹¹. O objetivo consistia em publicizar essas experiências, com o intuito de fortalece-las ao servir de fonte de informação para o acesso a alimentos orgânicos/agroecológicos diretamente de organizações de agricultores (MIRANDA, 2020).

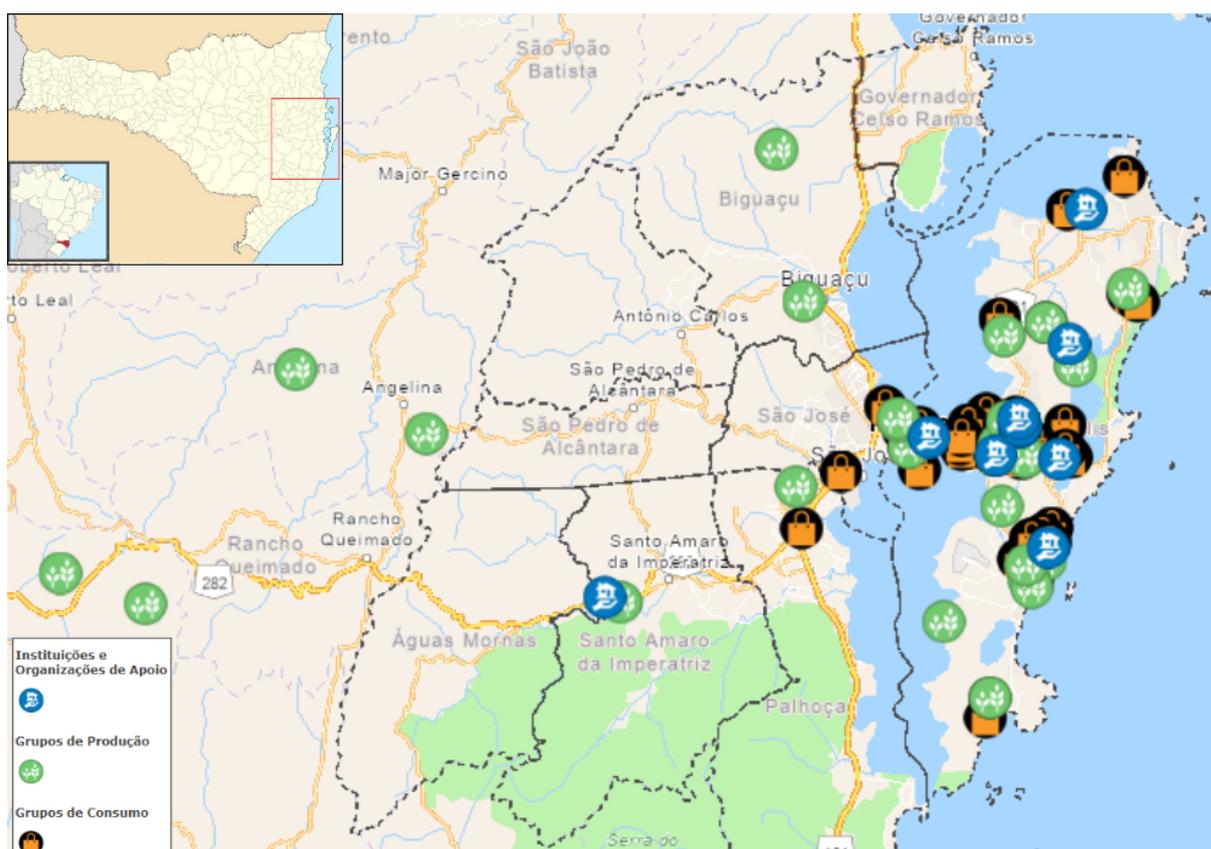


Figura 4. Mapeamento das iniciativas de circuito curto de comercialização, de organizações de agricultores e entidades de apoio na Grande Florianópolis.

Fonte: Miranda (2020) – Atualizado pelo Bolsista: Mateus Homem de Melo (2022).

Souza et al. (2021), em outro esforço de retratar essa RCA de Florianópolis, identificaram uma diversidade de organizações e instituições dando suporte às iniciativas de venda direta por pedidos antecipados, uma forma particular de circuitos curtos de comercialização de alimentos. Tais entidades eram oriundas de diversas institucionalidades, tais como universidade, movimento social, organizações não-governamentais, instituição de

¹¹ O mapeamento atualizado em 2022 pode ser acessado por meio do link: <https://www.arcgis.com/home/webmap/viewer.html?webmap=cfeb12e57fc344d78809729eb67b88a8&extent=-49.3891,-28.0698,-47.4679,-27.1376>

pesquisa e extensão rural, entidade ligada a federações empresariais. Os autores destacam o protagonismo dos atores sociais com atuação nos espaços rurais, embora haja uma crescente participação de consumidores nos espaços de diálogos e de tomadas de decisão das experiências de produção e abastecimento agroalimentar. Nesse sentido, a partir da interação social que tem dado forma a essa rede, os atores rurais e urbanos têm percebido e praticado novas formas de interação para a construção social de mercados (SOUZA et al., 2021).

Esse conjunto de atores articulados e interagindo em torno de objetivos comuns, viabilizam fóruns capazes oportunizar o debate e a construção coletiva de estratégias de enfrentamento às questões alimentares vivenciadas em nível de território local. A RCA compreende o público que gera vários espaços de diálogo com o intuito de problematizar e conceber respostas aos problemas comuns entre agricultores e consumidores. Uma das questões abordadas nessa rede compreende a iniciativa de venda direta entre organizações de agricultores e serviços de alimentação, também referida enquanto Rede de Restaurantes Responsáveis.

3.4.2 A dinâmica de mobilização de atores sociais para a construção de alternativas de mercados

As discussões em torno da construção de uma iniciativa de CCC de alimentos envolvendo os serviços de alimentação remontam o ano de 2015. O debate ganhou forma a partir da interação entre um grupo de pesquisadores membros do Grupo de Pesquisa “Agroecologia e Circuitos de Comercialização de Alimentos” e o Movimento *Slow Food*. Essa aproximação deu-se a partir de um projeto que objetivava “promover e apoiar a preservação e a valorização dos alimentos típicos nos territórios onde se concentram os Agricultores Familiares e Assentados da Reforma Agrária em todo o Brasil”¹². Uma das metas do projeto constituía em desenvolver uma estratégia de comercialização entre as organizações da agricultura familiar e membros do movimento *Slow Food* (incluindo *chefs* de cozinha).

¹² O projeto intitulado “Alimentos bons, limpos e justos: ampliação e qualificação da participação da Agricultura Familiar brasileira no movimento Slow Food”, foi financiado pela Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário (SEAD) e coordenado pela Universidade Federal de Santa Catarina, com a mobilização de pesquisadores e extensionistas de diversas áreas do país. Ele teve abrangência nas cinco regiões político-administrativas brasileiras, com ações diretas em 17 estados, 40 territórios rurais e 145 municípios. Em âmbito nacional, a ação estimou gerar impactos positivos para cerca de 5.000 agricultores familiares, 500 jovens rurais, 400 técnicos e 200 empreendimentos sociais (como cooperativas, associações, movimentos sociais, sindicatos e grupos da sociedade civil organizada e do mercado).

Uma das ações previstas compreendeu a realização do “Seminário de Construção de Mercados para Alimentos Bons, Limpos e Justos na Região Sul do Brasil”, evento que contou com o envolvimento de 47 participantes, entre eles agricultores, consumidores organizados, proprietários de restaurantes e representantes de diversas instituições e organizações. Esse espaço de diálogo oportunizou o debate entre distintos públicos interessados nas temáticas da produção e do consumo alimentar, momento em que problematizou-se vários aspectos do sistema agroalimentar local/regional, e apontou-se algumas frentes ou estratégias de ação a serem implementadas pela coletividade, a saber: 1) o desenvolvimento de produtos, como estratégia de posicionar os alimentos da agricultura familiar em mercados mais distantes (identidade visual, marcas, rótulo, embalagem); 2) a promoção da aproximação entre a produção e o consumo, fortalecendo iniciativas diretas que facilitem o acesso a alimentos de qualidade, especialmente para camadas populares de menor poder aquisitivo; 3) e a construção de redes de comercialização, visando a potencialização de redes de colaboração que fomentem novas iniciativas, gerando efeito disseminador de experiências exitosas. Ressalta-se que neste Seminário foi dada centralidade ao papel dos chefs e serviços de alimentação nos processos de fortalecimento e valorização dos produtos da agricultura familiar, os quais foram frequentemente referidos enquanto canais estratégicos para o escoamento dos produtos da agricultura familiar agroecológica.

O evento resultou na constituição de vários encaminhamentos como forma de materializar as estratégias elencadas coletivamente. Várias foram também as organizações que se colocaram como responsáveis às ações definidas no evento. Em termos de instituições e organizações sociais podem ser mencionadas: o Núcleo Litoral Catarinense da Rede Ecovida de Agroecologia; Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (LACAF/UFSC); Aliança dos Cozinheiros do *Slow Food*; Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo (CEPAGRO); Instituto Federal de Santa Catarina; Convívios e Comunidades de Alimentos do *Slow Food*; e Centro de Motivação Ecológica e Alternativas Rurais.

Embora essa diversidade de atores animada em participar de ações ligadas ao fortalecimento das iniciativas de comercialização da agricultura familiar agroecológica, o tema da construção de uma experiência de circuitos curtos envolvendo serviços de alimentação só foi explicitamente tratado no ano seguinte (2019), a partir da realização do “I Seminário Internacional Alimentos Agroecológicos e Redes de Produção-Consumo”. Esse evento foi organizado pelo LACAF/UFSC, em parceria com o CEPAGRO e o Movimento *Slow Food*.

Este evento contou com a organização de grupos de trabalhos (GTs), com o intuito de abordar coletivamente questões estratégicas para o desenvolvimento das relações de produção e consumo de alimentos orgânicos/agroecológicos na região da Grande Florianópolis.

As entidades organizadoras deliberaram pela promoção do GT intitulado “Do Campo aos restaurantes: uma proposta para aquisição de produtos orgânicos da agricultura familiar local”, que pretendia “construir uma proposta de modelo para viabilização da compra de alimentos orgânicos da agricultura familiar local para restaurantes”. Na oportunidade, alguns agricultores, representantes de serviços de alimentação e de organizações interessadas se fizeram presentes no debate, o qual apontou para três dificuldades envolvendo a aproximação entre agricultores e restaurantes para a comercialização de alimentos orgânicos/agroecológicos, a saber: a) a falta de conhecimento em relação dos interessados, sejam na oferta (produtores) ou na demanda por esses alimentos (restaurantes); b) a consequente falta de comunicação entre as partes interessadas; e c) dificuldades na logística para a aquisição e entrega dos produtos.

Os encaminhamentos do GT compreenderam a construção de um coletivo para avançar com a concepção de um modelo de funcionamento de uma proposta de compra e venda direta. Ao todo 6 participantes demonstraram interesse em contribuir com a construção de uma proposta. A equipe formada contou com representantes de três instituições/organizações, a saber: Rede Ecovida de Agroecologia; o movimento *Slow Food*; e Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC). A esse coletivo competiria construir uma ficha cadastral para listagem de restaurantes, consumidores e grupos de agricultores interessados, e construir um canal de comunicação que viabilizasse os passos seguintes da iniciativa.

No entanto, o coletivo mobilizado não logrou movimentar-se para a efetivação de uma proposta. Mesmo com o movimento de responsabilizar os atores, o que se verificou certa inação das entidades sensibilizadas, visto que nenhum avanço foi feito a partir da constituição do coletivo. Em decorrência disto, o processo permaneceu quiescente até o ano seguinte, quando o LACAF/UFSC deliberou por avançar com a proposta a partir de um projeto de pesquisa-ação iniciado no primeiro semestre de 2020. Como estratégia a equipe do LACAF/UFSC constituiu uma parceria com membros do Núcleo de Pesquisa e Produção de Refeições (NUPPRE/UFSC). Conforme fica evidente, as ações da iniciativa foram protagonizadas ou centralizadas por entidades ligadas à produção científica e ação extensionista. O programa de atividades buscou levar em consideração a integração entre a construção da experiência e o desenvolvimento de

pesquisas aderentes ao tema, o que oportunizou o envolvimento de estudantes de graduação e pós-graduação.

O foco inicial compreendeu o levantamento da demanda e das condições para a compra por parte dos serviços de alimentação (detalhes apresentados no artigo anterior). Os demais atores de interesse foram contatados com a intenção de apoiar na divulgação da pesquisa, a partir do compartilhamento do questionário a ser respondido por profissionais que atuam com serviços de alimentação. Em outras palavras, buscou-se, a partir da mobilização dos atores sociais da RCA, ampliar o acesso a restaurantes e demais empreendimentos que atuam na produção de refeições, com o intuito de potencializar a identificação dos interessados na proposta.

Em 2022, após a coleta dos dados junto aos serviços de alimentação, a equipe do projeto buscou mobilizar os atores interessados com o intuito de refletir sobre os dados obtidos junto aos estabelecimentos participantes, e avançar com a materialização de uma proposta de funcionamento para a iniciativa. Na ocasião, dois encontros foram realizados no âmbito do grupo de pesquisa, momento em que alguns atores vinculados ao processo desde seu início voltaram a interagir com essa ação coletiva, colaborando na reflexão coletiva em torno do funcionamento de uma proposta de ação experimental. Nessas atividades, interlocutores de quatro entidades de apoio se fizeram presentes: Rede Ecovia de Agroecologia, CEPAGRO, Movimento *Slow Food* e o Centro Vianei de Educação Popular.

No mesmo ano, esses atores também foram mobilizados nas reuniões desenvolvidas junto ao público-alvo da iniciativa. Essas entidades apoiaram na sensibilização e mobilização de organizações de agricultores e serviços de alimentação, com participação nas discussões que firmaram as bases para a construção de uma fase de compra experimental entre os agricultores e serviços de alimentação que demonstraram interesse na experiência. Ademais, essas entidades ligadas à RCA também foram animadas para o acompanhamento da fase de compra experimental e de sua avaliação. Em resumo, envolvidos na dinâmica organizativa foram mobilizados em diversas situações que coadunaram, em maior ou menor grau, na materialização da iniciativa da Rede de Restaurantes Responsáveis.

3.4.3 Atores mobilizadores e estratégias de mobilização social para a construção da Rede de Restaurantes Responsáveis

O processo de mobilização da RCA se deu essencialmente pelo protagonismo do Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (LACAF/UFSC). Essa atuação teve início desde os momentos da discussão sobre a construção da Rede de Restaurantes Responsáveis. Coube ao laboratório coordenar o projeto iniciado em 2015, ocasião que marcou a aproximação e diálogo com atores como o Movimento *Slow Food*, os quais oportunizou as discussões em torno promover o acesso a alimentos limpos aos serviços de alimentação, a partir da construção de novas formas de comercialização, especialmente os CCC.

Importa salientar que o referido projeto favoreceu à atuação do LACAF/UFSC, uma vez que em sua execução previa-se a mobilização de atores locais para a promoção dos denominados ‘alimentos bons, limpos e justos’. A ação financiada pelo então Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) oportunizou a constituição de dinâmicas socio-organizativas voltadas a valorização de produtos da sociobiodiversidade, das tradições na agricultura e da promoção da alimentação saudável. Ademais, destaca-se que a construção de uma proposta de CCC entre agricultores e serviços de alimentação compreendia uma das ações idealizadas, que compunha um programa de iniciativas, articulando os atores sociais conforme seus interesses e objetivos.

De modo geral, a mobilização social dos atores empreendeu-se a partir da articulação e sensibilização de distintas instituições e organizações sociais em torno da proposta. Nesse contexto, variados atores foram sensibilizados a contribuir efetivamente para o avanço da iniciativa (ver quadro 6 na seção posterior). No entanto, o contexto organizativo e a dinâmica de participação dos atores demandaram a adoção de diferentes estratégias de articulação e sensibilização em distintos momentos da atuação em rede.

Considerando a dinâmica de mobilização dos atores vinculados a RCA, pode-se identificar três principais momentos em torno da mobilização dos atores da rede na concepção e implementação da iniciativa (Figura 5). Num primeiro momento, buscou-se articular os atores em torno de objetivos comuns às agendas empreendidas no nível das organizações, empreendeu-se a integração de distintas ações a partir de propostas interligadas. A partir do projeto em andamento estabeleceu-se espaços de debate visando integrar ideias e atores em torno de novas propostas de ação, sendo a iniciativa da RRR uma delas.

Num segundo momento, tendo a ação definida enquanto proposta a ser implementada, buscou-se avançar na efetiva mobilização de atores aderentes à proposta, responsabilizando-os para atuarem na materialização da iniciativa. Essa estratégia pôde ser evidenciada a partir da construção do seminário, o qual promoveu o GT para o debate em torno de uma proposta. Na ocasião, buscou-se definir nomes de representantes das entidades presentes como forma de responsabilizá-los para o andamento de uma proposta, contando com atuação mais efetiva das instituições e organizações.

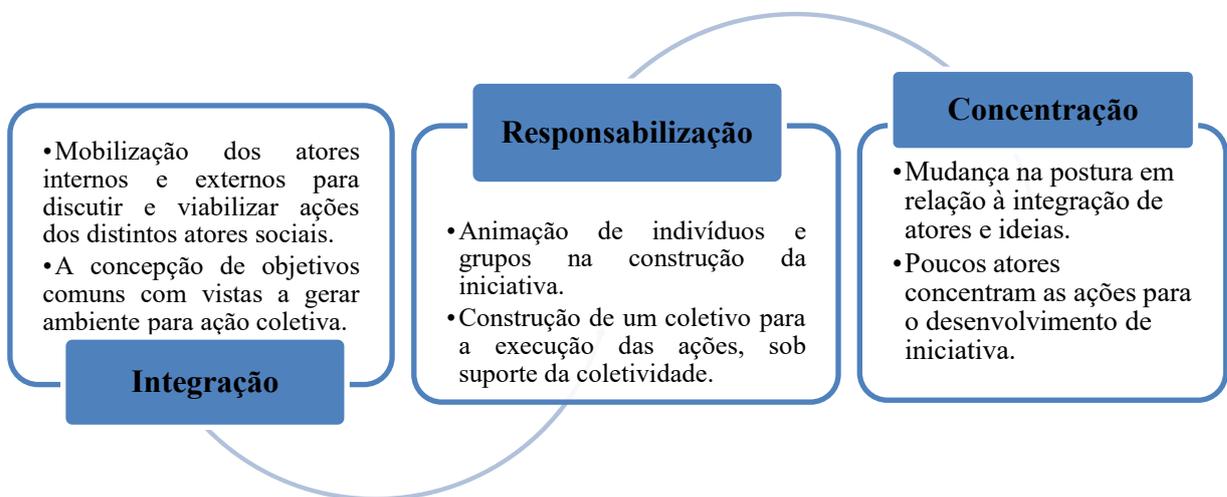


Figura 5. Momentos da mobilização dos atores sociais na construção da Rede de Restaurantes Responsáveis.
Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Em última instância, a partir da inação da maioria dos atores sociais, o LACAF/UFSC em parceria com NUPPRE/UFSC (ambas entidades ligadas à Universidade Federal de Santa Catarina), avançou na efetivação da iniciativa, incluindo-a em seu programa de projetos. Nesse contexto, as entidades de pesquisa mobilizaram estudantes e pesquisadores para garantir o andamento da ação. Além disso, avançou-se no processo de sensibilização de atores sociais vinculados a rede, mobilizando especialmente aqueles com maior grau de proximidade e interesse na proposta. Essa estratégia de concentração condicionou o desenvolvimento da concepção e experimentação da RRR.

3.4.4 Rede de cidadania agroalimentar no fortalecimento da Rede de Restaurantes Responsáveis

Conforme verificado anteriormente, a iniciativa da Rede de Restaurantes Responsáveis (RRR) concebeu-se a partir da mobilização social de vários atores sociais, como um projeto visando promover um arranjo organizativo para o abastecimento direto de alimentos orgânicos entre serviços de alimentação e organizações de agricultores locais. Deste modo, pretendeu-se ampliar o acesso ao alimento orgânico, gerar mercados para agricultores e fortalecer as relações sociais em torno da produção orgânica/agroecológica e o segmento da produção de refeições. Em última instância, a ação visou congregar profissionais da área de serviços de alimentação para uma atuação que fortalecesse as iniciativas de agroecologia e a agricultura familiar, ao passo que se ampliasse a rede de atores em torno dessas questões. Ao responder a necessidades vivenciadas por recortes sociais, notadamente agricultores, serviços de alimentação e consumidores, a proposta compreende uma inovação social em potencial, tendo a participação de distintos atores, componente essencial para seu desenvolvimento.

A dinâmica de construção de mobilização dos atores contou com a tentativa de envolver alguns atores que compõem a RCA de Florianópolis, e até mesmo de alguns externos à entidade interorganizacional (casos como o da ABRASEL, SENAC, dentre outros, que não possuíam relação anterior com os demais atores sociais). Esse movimento permitiu com que os atores e a articulação, em maior ou menor intensidade, contribuíssem para a concepção e experimentação da iniciativa¹³. No entanto, a mobilização não alcançou o pleno envolvimento de atores menos aderentes à proposta, aqueles menos sensíveis às questões da agroecologia, produção orgânica, e aproximação entre a produção e o consumo.

Em termos de protagonismo, verifica-se uma participação mais marcante da sociedade civil (especialmente de organizações não-governamentais (ONGs) e da universidade (especialmente laboratórios e núcleos de pesquisa). De modo geral, esses atores sociais possuem uma interface de cooperação mais efetiva com os agricultores que produzem alimentos orgânicos e agroecológicos no território, sendo escassas as suas aproximações com os serviços de alimentação. Isto justifica-se pela rede estar focada no fortalecimento da agroecologia e pela

¹³ Embora a presente análise englobe a mobilização da rede de atores sociais em torno da concepção da iniciativa, e posterior experimentação junto a serviços de alimentação e agricultores orgânicos, esse estudo foca apenas no âmbito organizativo do processo. A descrição sobre a proposta empreendida pelos atores, bem como os detalhes sobre a experimentação são descritos no próximo artigo.

sua trajetória ser marcada pelo protagonismo de atores com atuação no espaço rural (ROVER et al. 2016; SOUZA et al., 2021).

Entre os atores mobilizados estão os Grupos de agricultores da Rede Ecovida de Agroecologia, Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (LACAF), Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo (CEPAGRO), Movimento *Slow Food*, Mandato Agroecológico, Núcleo de Pesquisa de Nutrição em Produção de Refeições (NUPPRE/UFSC) (Quadro 6). Salienta-se que esses atores já possuíam relação anterior, o que facilitou sua mobilização na construção da iniciativa. De modo geral, eles contribuíram na construção da iniciativa de três distintas maneiras: a) articulação de atores interessados (agricultores e serviços de alimentação) e outros apoiadores; b) prestação de suporte técnico e capacitação aos públicos envolvidos; c) avaliação do processo e aprendizados coletivos.

O Quadro 6 apresenta os atores sociais efetivamente mobilizados na construção da iniciativa. Pode-se verificar uma atuação concentrada em alguns atores da rede – LACAF/FSC, CEPAGRO, NUPPRE, Movimento *Slow Food* – os quais podem ser reconhecidos quanto os principais mobilizadores do processo organizativo. Na fase de articulação dos interessados, a partir da divulgação de um questionário *online* para serviços de alimentação de Florianópolis, vários atores atuaram na divulgação do projeto em suas mídias, nas redes de contato. À exceção do SENAC, esses atores também participaram também de reuniões com a equipe executora do projeto, com o intuito de apoiar na avaliação das ações, e no desenvolvimento da pesquisa-ação e projetar as etapas posteriores. Ademais, eles também acompanharam encontros com os agricultores e serviços de alimentação interessados, dando suporte técnico e sensibilizando-os colaborar com a iniciativa, e definir coletivamente o funcionamento da proposta de compra/venda direta.

Quadro 6. Relação dos atores e suas contribuições no desenvolvimento da Rede de Restaurantes Responsáveis.

Atores	Tipo de organização	Atuação	Contribuições para a Rede de Restaurantes Responsáveis
Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (LACAF)	Universidade	Ensino, pesquisa e extensão nas áreas de comercialização, agroecologia e agricultura familiar	<ul style="list-style-type: none"> - Concepção e desenvolvimento de projeto - Realização de pesquisas junto ao público - Suporte técnico e capacitação dos agricultores - Intermediação entre os atores envolvidos - Busca de articulação de novos parceiros - Avaliação do processo e aprendizagem coletiva
Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo (CEPAGRO)	Organização não-governamental	Organização comunitária, agricultura urbana, gestão de resíduos sólidos urbanos, agroecologia	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgação da iniciativa - Suporte técnico e capacitação aos agricultores - Apoio na avaliação do processo
Movimento <i>Slow Food</i>	Movimento social e organização não governamental	Identificação e valorização de produtos da biodiversidade local. Organização de cadeias produtivas.	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilização de empreendimentos parceiros - Suporte técnico - Divulgação da iniciativa - Apoio na avaliação do processo
Núcleo de Pesquisa de Nutrição em Produção de Refeições (NUPPRE/UFSC)	Universidade	Realização de pesquisas na área de alimentação coletiva	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgação da iniciativa - Apoio na realização de pesquisas - Apoio na avaliação do processo
Mandato Agroecológico	Governo – Legislativo	Atuação em defesa da agroecologia e pautas ambientais no legislativo de SC.	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgação da iniciativa - Apoio na avaliação do processo
Rede Ecovida de Agroecologia	Rede interorganizacional	Regularização da produção orgânica	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgação da iniciativa - Organização coletiva dos agricultores
Centro Vianey de Educação Popular	Organização não-governamental	Organização comunitária, agricultura urbana, gestão de resíduos sólidos urbanos, agroecologia	<ul style="list-style-type: none"> - Apoio na avaliação do processo - Organização coletiva dos agricultores
Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio (SENAC)		Formação para atuação profissional no comércio. Treinamento com foco na gastronomia, e na gestão de serviços de alimentação.	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgação da iniciativa

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

A atuação de cada ator social abrange a questão alimentar sob distintos aspectos, e eles diferenciam-se tanto em relação ao foco quanto às atividades desenvolvidas. Enquanto, por exemplo, Rede Ecovida foca na regularização da produção orgânica, LACAF/UFSC debruça-se sobre a comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar, e NUPPRE atua com foco na alimentação coletiva. Nesse sentido, os alimentos de qualidade superior (tradicionais, orgânicos, agroecológicos etc.) aparecem como um ‘objeto de fronteira’, pois promovem a mobilização tangenciada de atores que se engajam de diferentes formas e com distintos valores, objetivos e interesses. Nesse contexto, o engajamento dos atores é marcado e influenciado por negociações entre as distintas partes, e tende a contemplar as distintas visões dos envolvidos (FAVILLI; ROSSI; BRUNORI, 2015).

Cabe mencionar que, pela dinâmica de participação e a falta de envolvimento de entidades mais distantes ou externas à RCA, a estratégia de mobilização deliberadamente restringiu-se a atores mais próximos e com atuação nas temáticas ligadas à rede (atores mais sensíveis e dispostos à priori a contribuir com a ação coletiva proposta). Por um lado, isto pode ser positivo, haja vista que a proatividade compreende um elemento central na construção de inovações sociais. Sem esta, o ambiente construído para conceber, experimentar e efetivar soluções inovadoras torna-se ineficaz no ordenamento e ativação dos recursos, especialmente nos intangíveis que compreendem o compartilhamento das responsabilidades em torno das ações. Por outro lado, a concentração das ações junto a atores mais próximos tende a gerar o envolvimento restrito de interessados, que conseqüentemente pode limitar impacto da nova experiência.

A atuação histórica dos atores mais engajados majoritariamente foca em questões ligadas aos agricultores. Em contrapartida, o suporte à iniciativa sob a perspectiva dos serviços de alimentação é menos evidente, quando comparado a atuação dos atores na dimensão socioprodutiva. Nesse sentido, o engajamento dos serviços de alimentação poderia ser potencializado mediante a articulação com outros atores, especialmente aqueles com eles mais relacionados. No entanto, essa mobilização se mostrou mais custosa em tempo e efetividade, no contexto que impõe o desafio de elaborar estratégias eficazes e eficientes, e de garantir os atores sensibilizados atuantes na proposta.

Na Figura 6, apresentam-se as ligações estabelecidas entre um conjunto de atores que contribuem ou com potencial de contribuir para a RRR. Nela, percebe-se que o conjunto de atores ligados a RCA (verde) relacionam-se intensamente entre si, e têm atuação próxima aos

agricultores. Isto evidencia o protagonismo dos atores sociais rurais na configuração da rede (SOUZA et al., 2021). Por outro lado, evidencia-se também uma limitação dos atores da RCA em sensibilizar, mobilizar e engajar os serviços de alimentação para a proposta.

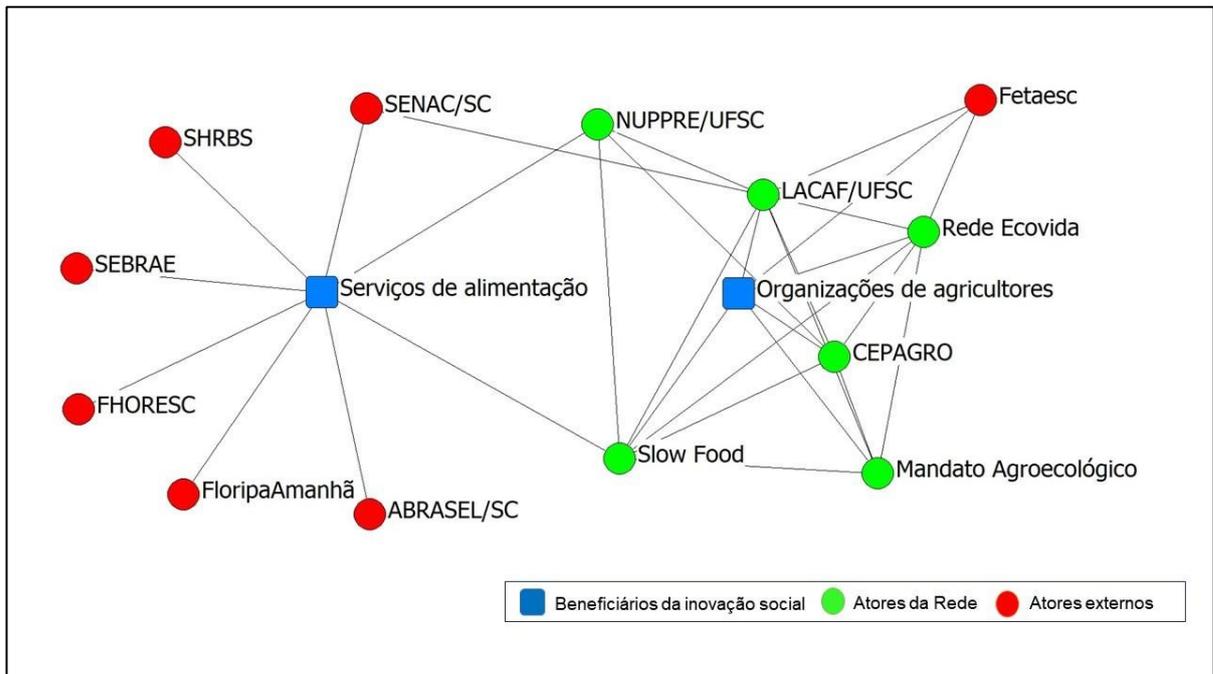


Figura 6. Representação dos atores da Rede de Cidadania Agroalimentar envolvidos com a Rede de Restaurantes Responsáveis e externos com potencial de envolvimento.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Contudo, na Figura 6 também pode-se observar algumas organizações atuantes em Florianópolis que poderiam aportar contribuições para a iniciativa da RRR, a partir do envolvimento que já possuem com os serviços de alimentação: Associação dos Bares e Restaurantes de Santa Catarina (ABRASEL/SC); Associação FloripaAmanhã; Federação Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do Estado de Santa Catarina (FHORESC); O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas EMPRESAS (SEBRAE/SC); Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis (SHRBS), Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC/SC).

Noutra perspectiva, a Figura 6 mostra uma série de atores com atuação mais próxima dos serviços de alimentação, e que poderia contribuir com o desenvolvimento da iniciativa da RRR. Alguns desses atores até foram articulados no processo, no entanto as estratégias de mobilização não lograram garantir um efetivo envolvimento. No entanto, como pode-se verificar na Figura 6, alguns atores da RCA possuem ligação com alguns dessas entidades.

Organizações tais como o Movimento *Slow Food*, NUPPRE e LACAF/UFSC poderiam ser articuladores de outras organizações, mais próximas dos serviços de alimentação, que poderiam fortalecer os laços para maior integração entre os dois principais segmentos que compõem a proposta de RRR.

3.4.5 RCA sob a perspectiva dos ecossistemas de inovação social

Conforme observado na seção anterior, atores da RCA têm aportado variadas contribuições para o desenvolvimento da iniciativa da RRR. Essas contribuições, em certa medida, são fruto da interação desses distintos atores na dinâmica da rede. Em outras palavras, essas contribuições só existem pela existência da própria rede. Nesse sentido, a RCA, ao menos indiretamente, contribui para esse projeto que propõe uma inovação social. Nessa perspectiva, constata-se que há coerência em analisar a atuação das redes e de seus atores como (mais ou menos) alinhados à perspectiva analítica dos ecossistemas de inovação social. O Quadro 7 sumariza as relações entre a atuação da RCA de Florianópolis na construção da iniciativa e a perspectiva teórica dos ecossistemas de inovação social.

O arranjo organizativo analisado apresenta alguns aspectos semelhantes à abordagem dos ecossistemas de inovações sociais, embora também apresente alguns elementos contrastantes que dificultam uma aproximação em termos teóricos. Conforme pôde-se observar, há um conjunto de atores sociais articulados em torno da iniciativa, os quais desempenharam variadas contribuições, que só se tornaram possíveis mediante essa interação interorganizacional. Tais instituições e organizações possuem distintas frentes de atuação, sendo articuladas ao tema da alimentação sob distintas perspectivas. No entanto, há um protagonismo maior na atuação de entidades ligadas à sociedade civil e à academia (universidade). Isto fica evidente pelas contribuições oriundas de entidades como o LACAF/UFSC e NUPPRE/UFSC, Movimento *Slow Food*, CEPAGRO.

Além disso, também há na RCA uma falta de atuação mais efetiva por parte do Estado, e a ausência de políticas de incentivo à articulação de atores para o desenvolvimento de inovações sociais. Por outro lado, o campo em que a abordagem dos ecossistemas de inovação social mais desenvolveu-se foi o da ação pública, agentes capazes de subsidiar processos e até mesmo estabelecer ambiente institucional propício ao desenvolvimento dessas ações.

O caráter intersetorial mostra-se como o aspecto que aproximaria conceitualmente a RCA da perspectiva teórica dos ecossistemas de inovação social. No entanto, a dinâmica

organizativa em análise, não verificou uma articulação intersetorial mais profunda na geração de inovações sociais em torno dos CCC, evidenciando um protagonismo de alguns atores, dedicados à geração dessas inovações. O que se demonstrou foi o envolvimento de variados atores em intensidades diferentes conforme seus interesses e temas de atuação, que podem se aproximar ou afastar-se dos processos em função das dinâmicas e ações em desenvolvimento.

Ademais, a rede dispõe de um modo de governança para o desenvolvimento das inovações sociais, aspecto pertinente na abordagem dos ecossistemas de inovação social (PINTO; FERREIRA; GUERREIRO, 2021). Conforme abordado em Souza et al. (2021), na RCA não se avançou em estabelecer coletivamente os termos que institucionalizem objetivos, atribuição de papéis, responsabilidades, etc. Esta compreende uma das razões pelas quais considera-se que o arranjo organizativo da RCA esteja ainda em fase de desenvolvimento. Isto fica evidente na dinâmica organizativa em torno da construção da iniciativa RRR, na qual buscou-se integrar ações de distintos atores, ampliando o leque de organizações participantes, mas o processo só avançou a partir da concentração das atividades nos atores sociais mais aderentes à rede e às questões problematizadas coletivamente.

Ficou evidente que, embora haja contribuições dos distintos atores, a busca por empreender soluções inovadoras não compreende um objeto da atuação de toda a RCA, e sim de alguns atores. A atuação do LACAF/UFSC, por exemplo, poderia ser interpretada como o que a literatura aborda como “hub de inovação social” (TERSTRIEP; REHFELD; KLEVERBECK, 2020), uma vez que deliberadamente debruça-se sobre as necessidades sociais, dificuldades e oportunidades em torno das quais as novas práticas são concebidas e experimentadas no campo da comercialização de alimentos da agricultura familiar, especialmente as que atuam com a agroecologia. A atuação dos demais, de modo geral, têm se dado a partir da sensibilização que o referido laboratório exerce, resultado de processos de reciprocidade e confiança estabelecidos em relações pré-existentes.

Em resumo, pode-se afirmar que dois aspectos afastam a Rede de Cidadania Agroalimentar de Florianópolis de um alinhamento ao conceito de ecossistema de Inovação social. O primeiro é o protagonismo de atores ligados às organizações não governamentais e academia, e uma atuação menos expressiva do poder público nesse processo, uma vez que a construção de políticas de incentivo compreenderia elemento fundamental num ecossistema de inovações sociais conforme propõe a teoria. Em segundo lugar, falta na RCA um modelo institucionalizado de governança para o desenvolvimento de inovações sociais. Embora

partícipes, não ficam claras as atribuições, responsabilidades e formas de envolvimento dos atores na construção das iniciativas, cabendo a alguns atores articulá-los, sensibilizá-los e mobilizá-los nas atividades necessárias para a concepção e experimentação das iniciativas.

Quadro 7. A Rede de Cidadania Agroalimentar a partir da perspectiva dos ecossistemas de inovação social

Elementos	A Rede de Cidadania Agroalimentar em Florianópolis
Interface intersetorial	<ul style="list-style-type: none"> - Presença de uma diversidade de atores sociais (agricultores, empresas do setor, organizações não governamentais, instituições públicas e privadas, entidades de representação do setor de serviços alimentares) em torno da problematização e concepção de respostas a problemas sociais ligados a questões agroalimentares; - Desmobilização de atores externos à RCA, especialmente os menos aderentes às questões ligadas a agroecologia, e à aproximação entre produção e consumo; - Atuação mais destacada de entidades ligadas a universidade, e de atores sociais mais atuantes nos espaços rurais.
Experimentação e aprendizado contínuo	<ul style="list-style-type: none"> - Dificuldade em responsabilizar atores sociais alheios a RCA, ou mais próximos dos serviços de alimentação; - Núcleo restrito de atores envolvidos efetivamente nas ações. Mobilização facilitada de atores com relações preexistentes, ou seja, com projetos desenvolvidos; - Aprendizado comprometido em função da desmobilização de muitos atores, especialmente os mais distantes da atuação em rede.
Governança colaborativa	<ul style="list-style-type: none"> - Busca inicial pela integração de distintos atores, visões e objetivos em propostas de fortalecimento de iniciativas de aproximação entre produção e consumo; - No entanto, a desmobilização de parte das entidades, levou os atores a reorientar suas estratégias de mobilização social, assumindo mais responsabilidades e articulando apenas entidades mais aderentes à proposta. - Decisões pulverizadas e sem mecanismos de deliberação colegiada. Atores sociais responsabilizados em alavancar o processo assumindo o ônus de conceber as ações a serem empreendidas, mobilizando os atores mais próximos em momentos de avaliação dos procedimentos adotados.

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

3.5 CONCLUSÕES

O debate em torno da construção de inovações sociais tem extrapolado o entendimento delas enquanto novas e promissoras ideias na consolidação de inovações socialmente concebidas. Nessa perspectiva, tem ganhado protagonismo o papel das interfaces associativas

e cooperativas entre atores na geração das inovações, reafirmando o potencial da atuação em rede na concepção, experimentação e avaliação de iniciativas com potencial inovador. No presente estudo buscou-se compreender como a dinâmica e estratégias de mobilização de uma rede de atores locais podem contribuir para a participação dos atores sociais na construção de iniciativas de circuitos curtos de comercialização com potencial inovador. Neste sentido, estudo se propôs a analisar a dinâmica e mobilização social de *stakeholders* da RCA na construção da iniciativa de CCC envolvendo serviços de alimentação e organizações de agricultores orgânicos do entorno de Florianópolis/SC, analisando-a a partir da perspectiva teórica dos ecossistemas de inovação social.

Embora ainda em construção, a iniciativa da RRR possui um potencial inovador, na medida em que ampliaria a oportunidade de acesso a mercados por parte dos agricultores, ao passo em que geraria a oportunidade de garantir acesso a alimentos locais de qualidade superior na alimentação fora de casa.

O estudo evidenciou que o processo de mobilização social de atores vinculados a uma rede de atores locais apresenta enquanto principais aspectos a articulação, sensibilização e mobilização de atores, os quais são influenciados a partir de sua aderência a temáticas, interesses e objetivos de cada entidade. A dinâmica socio-organizativa favorece a constituição e materialização de novas ideias, uma vez que, a partir dos projetos desenvolvidos em conjunto, estabelecem-se espaços de diálogo entre os atores aderentes à questão agroalimentar, o que favorece a atuação dos atores mobilizadores nesse processo. Nesses espaços de diálogo, objetivos e interesses são alinhados e integrados, buscando coletivamente conceber e integrar esforços na construção de respostas adequadas às situações ou no enfrentamento de situações envolvendo as dificuldades de acesso à mercados rentáveis e estáveis para os agricultores, e acesso a alimentos de qualidade mesmo na alimentação fora de casa.

O LACAF/UFSC apresentou-se como o maior destaque na mobilização dos participantes da RCA. Essa atuação mostrou-se condicionada ao contexto socio-organizativo e às respostas da rede em termos de participação na iniciativa. A partir do caso estudado, pôde-se perceber três estratégias de mobilização dos atores orientadas pelo contexto e/ou o andamento das ações definidas em grupo: 1) a integração de atores e recursos; 2) responsabilização entidades na concretização das ações e; 3) a concentração de esforços em número restrito e com maior aderência.

Em outros, a estratégia adotada compreendeu concentrar a mobilização em um número restrito de entidades, especialmente aquelas com maior aderência, com histórico de atuação conjunta, bem como proatividade em prover contribuições para o desenvolvimento da proposta. Vale salientar que o contexto ou a conjuntura tende a orientar os atores em torno da estratégia a ser adotada, e que elas podem impactar diretamente no ordenamento da proposta, mas nem sempre isso pode ser verificado instantaneamente.

O estudo mostra que as estratégias oportunizaram a atuação de vários atores, que têm contribuído para o desenvolvimento da proposta. Essas contribuições estabeleceram-se a partir de engajamentos variados, assim como variados níveis de cooperação, frutos de relações de confiança e reciprocidade, historicamente estabelecidas entre os atores sociais. Contudo, fica evidente que a construção de uma iniciativa a partir da RCA, com objetivo de construir uma efetiva relação comercial entre agricultores e suas organizações com serviços de alimentação, carece de ampliar a sensibilização, mobilização e participação de organizações mais próximas aos serviços de alimentação, como forma de promover seu maior engajamento na proposta.

No entanto, a análise evidencia que, embora a RCA da Grande Florianópolis apresente elementos compatíveis com a abordagem dos ecossistemas de inovação social, sua dinâmica organizativa não logrou estabelecer um ambiente propício e orientado para o desenvolvimento de inovações sociais. Isso ficou evidente diante da dificuldade enfrentada em garantir a efetiva mobilização dos atores sociais, especialmente os externos a RCA, e/ou com atuação mais próxima dos serviços de alimentação. Soma-se a isto, a restrita mobilização que dificulta a construção e disseminação de conhecimentos e a troca de experiências entre os atores, e falta de uma efetiva governança colaborativa, a qual se daria a partir da responsabilização da gama de atores e torno da geração e cogestão dos processos concernentes às inovações.

Nessa perspectiva, a dinâmica organizativa da Região da Grande Florianópolis, embora com potencial evidente, carece de uma reorganização com o propósito de criar um ambiente mais propício e dinâmico para o desenvolvimento de inovações sociais articulando serviços de alimentação e organizações de agricultores agroecológicos. Este processo se daria mediante um esforço mais consistente em sensibilizar, articular e mobilizar atores em torno das estratégias de ação, especialmente ampliando à iniciativa a atores capazes de mobilizar serviços de alimentação para atuação em experiências de aproximação com a agricultura local/regional.

3.5.1 Contribuições analíticas para a tese

Neste artigo abordou-se a dinâmica de mobilização de uma rede de atores locais na construção de uma iniciativa de CCC, com potencial de inovação social. Ampliando o papel da trajetória de inovação (enfocada no artigo anterior), buscou-se compreender como a dinâmica e estratégias de mobilização efetivamente contribuem para a emergência de soluções inovadoras, dotando tais redes e seus ambientes de interação com capacidade de apresentarem-se como ecossistemas de inovações sociais. Em outras palavras, ambientes capazes de facilitar a concepção, experimentação e desenvolvimento de inovações voltadas a promoção de iniciativas de CCC. O estudo demonstra a importância de uma atuação sistemática em torno da articulação e sensibilização dos atores para atuarem em prol das ações deliberadas em rede. No entanto, o contexto organizativo ou mesmo a dinâmica de participação dos membros da RCA (ou dos atores externos mobilizados na dinâmica organizativa) apresenta-se como um elemento influenciador das estratégias de mobilização empreendidas pelos atores.

O presente artigo compreende um novo prisma analítico em relação ao artigo 1, ao apresentar o conjunto de atores em diálogo para a concepção e experimentação de uma iniciativa colaborativa de CCC, e suas contribuições que em maior ou menor nível, fortalecem aos processos coletivos. Tais aspectos evidenciam uma dimensão socioestrutural, sem a qual o desenvolvimento de inovações nesse campo tende a não lograr êxitos. Os interesses e condicionantes, que constituem a dimensão mercadológica (evidenciada no artigo anterior), com a qual os atores envolvidos lidam para a efetivação das relações comerciais, nem sempre podem ser integralmente atendidos pelos atores. Nesse sentido, torna-se imperativo interpretar que nem toda ação compreende resposta a incentivos e/ou ganhos econômicos. Elas podem ser fruto de enraizamento social em que instituições e organizações estão inseridas, mas também da própria trajetória de ações edificadas ao longo os anos (sejam elas bem-sucedidas ou não). Nesse engodo, ganham poder explicativo os valores compartilhados pelos atores, as interações preexistentes que materializam variadas formas de cooperação, que bem geridas, podem alavancar novas ações coletivas, especialmente pelo engajamento de indivíduos e grupos, resultado da confiança historicamente construída entre os atores.

Analisando a dinâmica socio-organizativa da RCA da Grande Florianópolis, os processos de integração e responsabilização mostraram-se não lograr efetivas participação das entidades participantes da rede. Isto evidencia que as trajetórias e dinâmicas organizativas

locais *per si* não são capazes de alavancar processos de inovação social. Pelo contrário, tais dinâmicas devem ser mobilizadas junto a estratégias de articulação de atores locais, influenciando na geração de comprometimento entre os envolvidos, como forma de impulsionar a materialização de novas ideias.

Dada a centralidade de processos de articulação e sensibilização na construção de iniciativas de CCC, questiona-se de que modo essa estratégia influenciaria na implementação da proposta de inovação social. O próximo artigo analisa o engajamento dos públicos diretamente beneficiados pela iniciativa das RRR. Nele retoma-se aspectos abordados nas análises anteriores, buscando compreender em que medida o envolvimento desses atores são afetados diante dos serviços de alimentação e agricultores.

4 ARTIGO 3. O ENGAJAMENTO DOS ATORES NA CONSTRUÇÃO DE CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS: UM OLHAR PELA ABORDAGEM DA AÇÃO COLETIVA

Resumo: Este artigo analisa engajamento de agricultores e serviços de alimentação na construção de uma iniciativa de circuitos curtos de comercialização para a compra/venda de alimentos orgânicos em Florianópolis/SC. Para tanto, mobiliza-se as perspectivas teóricas da ação coletiva, buscando compreender que circunstâncias afetam o envolvimento dos atores em experiências deste tipo, especialmente na fase de concepção e experimentação das iniciativas. O estudo compreendeu uma pesquisa-ação, que utilizou a realização de grupos focais e observação participante como instrumentos de coletas de dados. A partir do acompanhamento da concepção e experimentação da iniciativa experimental de compra e venda de alimentos orgânicos pode-se identificar que tanto os serviços de alimentação quanto as organizações de agricultores possuíam interesse e motivações variadas para integrar a iniciativa, que vão desde a opção estratégica em ampliar o acesso a mercados e alimentos de qualidade superior até preocupações mais altruístas como questões ambientais e sociais. Aspectos econômicos apresentaram-se como a principal exigência para o efetivo engajamento em iniciativas de circuitos curtos de comercialização. No entanto, o histórico de envolvimento dos grupos de agricultores em redes de atores atuantes na agroecologia e em iniciativas de circuitos curtos de comercialização contribuem para um engajamento mais proativo. Nessa perspectiva, o estudo conclui evidenciando a importância de processos de sensibilização e mobilização dos atores na construção de formas ação coletiva em torno de CCC, especialmente para a promoção do engajamento de grupos externos às dinâmicas socio-organizativas e às redes de atores locais, atores mais sensíveis a desestímulos econômicos e organizativos.

Palavras-chave: Ação colaborativa; Agricultura orgânica; Restaurantes; Inovação social; Agroecologia.

4.1 INTRODUÇÃO

A crise pela qual passa o sistema agroalimentar proporcionou a revalorização de abordagens de produção, abastecimento e consumo que preconizam a aproximação entre agentes que constituem o sistema agricultura-alimentação. O surgimento de experiências como o *Community-Supported Agriculture* (CSA) e outras tantas, difundidas em vários países, demonstram a crescente importância que os chamados circuitos curtos de comercialização (CCC) têm ganhado, especialmente no abastecimento de alimentos de qualidade superior (DENTZ; BENDER, 2016; ROVER; PUGAS; SOUZA, 2021; VIEGAS; ROVER; MEDEIROS, 2017). Como consequência desse fenômeno, tais iniciativas, tidas enquanto alternativas ao modelo dominante de abastecimento alimentar, têm sido abordadas como capazes de gerar transformações sistêmicas significativas, sobretudo em relação a inovações

socialmente concebidas capazes de gerar mudanças para níveis mais sustentáveis (BARBIERI et al., 2010; BOCK, 2012; LINS, 2019; MELIN et al., 2022).

A construção dessas inovações se dá essencialmente pelo engajamento de distintos atores em torno de novas práticas sociais, as quais materializam uma diversidade de formas de ação colaborativa (NEUMEIER, 2012). Neste sentido, é importante compreender como o nível e as razões que modificam o comprometimento dos atores são definidos e quais aspectos afetam positiva ou negativamente o engajamento de atores participantes da construção de iniciativas de CCC, especialmente aqueles que compreendem o público para o qual tais experiências foram pensadas. Desse modo, a análise do engajamento de atores como os agricultores e serviços de alimentação possui relevância, pois pode subsidiar os desenvolvedores de ações coletivas no aprimoramento de experiências de CCC envolvendo esses atores.

Diferentemente dos agricultores, empreendimentos que atuam como serviços de alimentação (tais como restaurantes, lanchonetes, bares, hotéis, etc.) são atores pouco abordados em estudos que explorem o desenvolvimento de iniciativas de CCC de alimentos. No entanto, eles representam uma demanda agregada de altas quantidades de alimentos, com capacidade de proporcionar um expressivo envolvimento de agricultores e suas organizações em iniciativas desta natureza. Nesse sentido, parece promissora a inclusão deste segmento na construção de iniciativas de CCC, uma vez que, segundo dados da pesquisa sobre orçamentos familiares (POF), a alimentação fora de casa responde por 32,8% dos valores despendidos com alimentação pelas famílias brasileiras (IBGE, 2018).

Alguns estudos têm demonstrado a importância da participação social dos atores na constituição de experiências de CCC. Uma constatação desses estudos compreende a centralidade das relações face a face e da comunicação no estabelecimento de processos de confiança, que oportunizem as relações comerciais mais estáveis e horizontais (FINCO; GIUDICE, 2016; LOVATTO et al., 2021; MASTRONARDI et al., 2015; MIGLIORE; SCHIFANI; CEMBALO, 2015). No entanto, essas pesquisas têm dado maior ênfase à atuação dos consumidores em redes e circuitos de produção e consumo. Por outro lado, mantêm-se descortinado ou inexplorado os fatores que influenciam a dinâmica de engajamento de outros atores, especialmente os serviços de alimentação, atores intermediários que atuam na ligação entre fornecedores (podendo esses serem agricultores) e consumidores. Diante disso, analisar as dinâmicas em torno da concepção e experimentação da iniciativa oportuniza a identificação

de aspectos que podem favorecer ou desestimular ao engajamento dos atores envolvidos, favorecendo ao desenvolvimento de experiências exitosas.

Nesse sentido, este artigo parte do seguinte questionamento: Que aspectos influenciam nos níveis de comprometimento e no engajamento de serviços de alimentação e agricultores na concepção e experimentação de iniciativas de circuitos curtos de comercialização? Deste modo, este artigo analisa o engajamento de serviços de alimentação e de organizações de agricultores orgânicos na concepção e experimentação de uma iniciativa de circuitos curtos de comercialização para a compra/venda de alimentos orgânicos em Florianópolis/SC. Trata-se de uma pesquisa-ação, desenvolvida com o intuito de construir uma inovação para a compra e venda direta de alimentos orgânicos, com a análise desses processos de ação colaborativa.

Além desta introdução, o artigo está estruturado em outras quatro seções. A seguinte apresenta a abordagem teórica da ação coletiva, enfatizando aspectos ligados ao engajamento dos atores em processos participativos. A seção seguinte apresenta os procedimentos metodológicos da pesquisa. Na seção quatro apresentam-se os resultados do estudo, discutindo-os sobre razões que modificam o comprometimento dos atores e os aspectos que influenciam seu engajamento. Na última seção, apresentam-se as conclusões do estudo e implicações para pesquisas futuras.

4.2 REVISÃO DE LITERATURA

4.2.1 As perspectivas teóricas da ação coletiva

A ação coletiva empreende o fenômeno no qual indivíduos associam-se com o intuito de atingir objetivos compartilhados coletivamente. As teorias em torno desses fenômenos buscam compreender as circunstâncias e os desdobramentos pelos quais indivíduos e grupos sociais mobilizam-se para conceber e implementar suas ações com o intuito de atender a uma necessidade ou oportunidades comuns ou alinhadas (GUERRA, 2005; MELO JÚNIOR, 2007; SILVA, 2018). A literatura sobre o tema apresenta aplicação sobre domínios amplos, que vão desde o estudo de movimentos sociais de massa até à interação de pequenos grupos sociais no uso de recursos e ativos comunitários, assumindo assim uma diversidade de enfoques e objetos de estudo (BIANCHI, 2007; GUERRA, 2005; SABOURIN, 2010). O conceito apresenta intrínseca relação com a abordagem das inovações sociais, na medida em que ambos os conceitos se centram na colaboração entre indivíduos e grupos para a execução de objetivos comuns ou alinhados (NEUMEIER, 2012, 2017).

Wenningkamp e Schmidt (2016, p. 311) consideram a ação coletiva “a união de dois ou mais atores como indivíduos, empresas, instituições ou nações, necessária à obtenção de um resultado”. A esse respeito, a centralidade estaria sobre as interações entre os distintos atores envolvidos em torno da ação coletiva, tendo as relações ou laços sociais influência sobre a ação dos atores individualmente. As autoras acrescentam que três perspectivas teóricas possuem destaque nas formulações sobre o tema, concebendo entendimentos que constituem os fundamentos para uma teoria da ação coletiva (WENNINGKAMP; SCHMIDT, 2016).

A primeira contribuição de impacto foi desenvolvida por Mancur Olson, em seu livro *Logic of Collective Action* (1965). O autor constrói uma interpretação baseada em pressupostos da economia neoclássica, defendendo que os atores decidem por empreender coletivamente baseando-se preponderantemente no interesse individual, e na expectativa em relação aos custos e benefícios de sua atuação (KREMER, 2019). Segundo Olson (OSLON, 1999) a ação coletiva tende a surgir quando indivíduos, a partir da percepção de interesses comuns, atuam de forma coordenada para o alcance de interesses que dificilmente seriam alcançados a partir de uma atuação individual. Nesse sentido, a ação coletiva só poderia estabelecer-se a partir de um alinhamento entre os interesses individuais e os benefícios ou bens coletivos decorrentes da ação em grupo.

Essa perspectiva, denominada de teoria da mobilização de recursos (GUERRA, 2005), parte do princípio de que a ação coletiva se materializa mediante interações estratégicas que conformam a contribuição de cada um dos atores interessados na provisão do benefício coletivo. Essas interações ganham forma a partir do nível de interesse de cada indivíduo na atuação grupal e na expectativa do indivíduo em relação à atuação dos demais. Segundo postula Olson, “mesmo que todos os indivíduos de um grupo grande sejam racionais e centrados nos próprios interesses, e que saiam ganhando, se, como grupo, agirem para atingir seus objetivos comuns, ainda assim eles não agirão voluntariamente para promover esses interesses comuns ou grupais” (1999, p. 14). Daí derivaria a necessidade da aplicação de coerção ou recompensas adicionais.

O autor apresenta outras contribuições importantes, tal como a vantagem dos grupos pequenos para o sucesso de ações coletivas. Ele defende que em grupos pequenos a falta da atuação de um indivíduo poderá ser facilmente identificada pelos demais atores, que poderão melhor orientar suas ações. Diferentemente aconteceria em grupos numerosos, os quais a ação individual pouco reverbera no conjunto da ação dos atores, o que conseqüentemente não encorajaria os atores a contribuírem com a ação coletiva. Nas palavras do autor, “quanto maior

for o grupo, mais longe ele ficará de atingir o ponto ótimo de obtenção do benefício coletivo e menos provável que ele aja para obter até mesmo uma quantidade mínima desse objetivo” (OSLON, 1999, p. 48). Nesse sentido, os grupos numerosos oportunizariam a existência de caronas ou *free riders*, que seriam aqueles atores que usufruem dos benefícios coletivos sem prover nenhuma parcela ou contribuição para obtê-los (OSLON, 1999).

A segunda contribuição de impacto é a teoria desenvolvida pela Elinor Ostrom, sobretudo a partir das obras *Governing the Commons* (1990) e *Collective Action and Local Development Processes* (2007). A partir de uma posição crítica à “tragédia dos comuns” (HARDIN, 1968)¹⁴, a autora amplia as proposições de Oslon, debruçando-se sobre o tema da gestão de recursos de uso compartilhado e apresentando um conjunto de aspectos que influenciam no comportamento de atores imbricados em contextos de ação coletiva (WENNINGKAMP; SCHMIDT, 2016).

A autora parte do princípio de que, para além do alinhamento dos interesses individuais e coletivos, a ação coletiva estabelece-se a partir da implementação de instituições (normas e regras) com o intuito de organizar a atuação dos diferentes atores (SABOURIN, 2010). Essas instituições corresponderiam a normas, regras e sanções que aprimorassem o funcionamento da ação coletiva, e assim coibissem práticas egoísticas e o comportamento “*free rider*” entre os envolvidos. Tal perspectiva coloca no centro do debate a comunicação e a consequente partilha de valores e conhecimentos na formatação das instituições, bem como das ações colaborativas (KREMER, 2019; PERALTA, 2010). Segundo (OSTROM, 2007, p. 8) “[...] a eficácia da comunicação parece estar relacionada com o aumento da confiança que os indivíduos adquirem quando lhes são feitas promessas face a face”.

Essa perspectiva teórica atribui centralidade à confiança, reputação e à reciprocidade no desenvolvimento e manutenção de processos de ação coletiva (SABOURIN, 2010; WENNINGKAMP; SCHMIDT, 2016). Além do conjunto de normas e regras, esses aspectos reforçam-se a partir de relacionamentos face a face, o que proporcionaria o autocontrole e acompanhamento entre os pares e favoreceria o aumento da credibilidade dos indivíduos que atuem dentro dos limites das regras estabelecidas (KREMER, 2019). Ostrom (2007) argumenta

¹⁴ Na obra "A Tragédia dos Comuns" Garrett Hardin busca ilustrar um dilema central em situações de recursos compartilhados, argumentando que, quando indivíduos agem em busca de seus próprios interesses egoístas e não são controlados por regulamentações adequadas, ocorre uma exploração excessiva e inevitável desses recursos. O autor enfatiza que, a menos que medidas coercitivas ou regulamentações sejam implementadas para limitar o acesso e uso dos recursos, a competição individual levará à degradação e ao esgotamento desses bens comuns.

que a reputação influencia positivamente na reciprocidade, que conseqüentemente afetam positivamente a confiança dos atores:

Quando alguns indivíduos iniciam a cooperação em uma situação repetida, outros aprendem a confiar neles e ficam mais dispostos a adotar a reciprocidade, levando a níveis mais altos de cooperação. E, quando mais indivíduos usam a reciprocidade, ganhar a reputação de ser confiável é um bom investimento e também um valor intrínseco. Assim, reputações de confiança, níveis de confiança e reciprocidade reforçam-se positivamente. Isso também significa que uma diminuição em qualquer um deles pode gerar uma cascata descendente levando a pouca ou nenhuma cooperação (OSTROM, 2007, p. 18).

Isto poria em xeque o essencialismo dos pressupostos neoclássicos, dotando a interpretação sobre a ação coletiva de certa historicidade, fruto das relações sociais estabelecidas no tempo e no espaço, a qual é marcada pelas normas e regras fixadas pela coletividade (BIANCHI, 2007). Segundo a interpretação de Sabourin (2010, p. 145) a ação coletiva dependeria “[...] da capacidade de elaboração e adaptação de regras comuns, cuja institucionalização dentro de um grupo constitui uma incitação à cooperação e ao compartilhamento” (OSTROM, 2007; OSTROM et al., 1999). Nesse contexto, os atores sociais aumentariam sua capacidade de inovação com a possibilidade de criar novos arranjos institucionais capazes de responder a novos interesses coletivos (SABOURIN, 2010).

A terceira contribuição consiste da teoria socioeconômica desenvolvida por Mark Granovetter, especialmente nas publicações *Economic Action and Social Structure: the problem of embeddedness* (1983) e *Strength Of Weak Ties* (1973). Na primeira, o autor argumenta que as ações dos atores não devem ser analisadas isoladas do contexto das relações sociais em que elas são empreendidas, uma vez que esses atores estão imersos em relações contínuas e historicamente situadas (*embeddedness*). Nesses termos, os atores não se comportam ou tomam decisões como átomos externos a um contexto social. Suas ações são socialmente situadas, ou seja, imersas em sistemas concretos e contínuos de relações sociais (GRANOVETTER, 2007).

Na segunda publicação, o autor utiliza a abordagem de redes sociais e enfatiza a característica e composição das redes sociais como componente frutífero na análise de ações coletivas. Inicialmente o autor diferencia os grupos de laços fortes dos de laços fracos. O primeiro tipo diz respeito a grupos em que a interação dos membros é marcada por envolver

uma relação de esforço, confiança e reciprocidade, e geralmente é caracterizado por relações de parentesco e proximidade. Os grupos de laços fracos, por sua vez, seriam aqueles em que a composição do grupo admite membros mais distantes e/ou oriundos de outros contextos organizativos (GRANOVETTER, 1983). Os grupos que admitem laços fracos, entendidos como expressão de heterogeneidade, como consequências, teriam maiores repertórios de ação coletiva, considerando que os laços fracos representariam novos conhecimentos apropriáveis no processo de concepção da ação coletiva (RAUD-MATTEDI, 2005).

4.2.2 Ação coletiva e engajamento dos atores

As três perspectivas teóricas, apresentam valiosos aspectos para a compreensão de processos de ação coletiva, na medida em que os focos analíticos se complementam, possibilitando uma análise abrangente do fenômeno em torno da atuação em grupos. Na teoria da mobilização de recursos (OSLON, 1999), maior ênfase é dada às estratégias de atuação dos atores, a partir da sua percepção e expectativas da dinâmica em grupo. Na abordagem da gestão de uso de recursos comuns (OSTROM et al., 1999), o foco centra-se na interação social e concomitante construção de normas e regras que orientem a atuação grupal. Por sua vez, em Granovetter (1983, 1985) o enfoque analítico enfatiza a articulação dos atores em redes sociais, onde são forjados relacionamentos que contribuem para a conformação das práticas coletivas. Desses distintos e complementares enfoques, emergem vários aspectos que influem na dinâmica de engajamento dos atores sociais.

A confiança e capital social compreendem um aspecto comum entre as diferentes perspectivas teóricas, essencial na promoção da cooperação (MARTELETO; SILVA, 2004; MILANI, 2004). O capital social está associado às redes de relações sociais, sob a circunscrição de um conjunto de normas e mecanismos de controle social que coordena o comportamento e as atitudes dos indivíduos, e potencializa ações coordenadas que melhorem as condições dos atores envolvidos em determinados grupos sociais (MARTELETO; SILVA, 2004; MILANI, 2004). O desenvolvimento de relacionamentos de confiança dentro do grupo aumenta a probabilidade de engajamento, pois os participantes se sentem mais seguros em colaborar.

Um dos aspectos atrelados aos postulados na mobilização dos recursos compreende o *nível de interesse dos envolvidos* na ação coletiva. Em arranjos organizativos heterogêneos uns indivíduos e/ou atores sociais podem ter mais ou menos interesse no benefício coletivo gerado a partir de uma ação grupal. Este aspecto está relacionado o nível de retorno da ação, ou ao

custo-benefício em engajar-se na ação grupal (BIANCHI, 2007; OSLOM, 1999; PERALTA, 2010; SILVA, 2018).

Um outro aspecto dessa perspectiva compreende a *dimensão ou o tamanho dos grupos* envolvidos na ação coletiva. Em grupos pequenos a percepção dos envolvidos em relação a atuação dos demais é facilitada. Numa situação contrária, em grupos numerosos a percepção das contribuições individuais em relação ao resultado da atuação coletiva é dificultada, o que pode favorecer atores oportunistas, a obterem benefícios na ação coletiva sem contribuir para a sua consecução. Nesses termos, em grupos menores, os atores podem facilmente verificar quando ocorrem comportamentos oportunistas, e ajustar seu engajamento a partir da percepção do comprometimento dos demais (MELO JÚNIOR, 2007; OSLOM, 1999; WENNINGKAMP; SCHMIDT, 2016).

Outro aspecto pertinente compreende a ocorrência de *medidas de incentivo* ou que promovam a coesão dos atores para sua participação. Isso incluiria recompensas para a cooperação e punições para aqueles que não agirem de acordo com os interesses do coletivo. Incentivos alinhados com os objetivos do grupo tendem a incentivar o engajamento dos atores envolvidos. Nas palavras de Oslon (1999, p. 63), em algumas circunstâncias “a ação grupal pode ser obtida somente através de um incentivo que opere, como o próprio benefício coletivo, sobre o grupo como um todo, mas de maneira seletiva com relação a seus membros”.

Outro aspecto considerado pertinente diz respeito à *construção coletiva de normas e regras comuns* aos envolvidos na ação coletiva. Ostrom (1999) enfatiza a importância de normas e regras compartilhadas para facilitar a cooperação em ações coletivas. Quando os atores sociais têm normas claras e aceitas, isso promove a confiança e a previsibilidade nas interações do grupo, incentivando o engajamento. Da mesma maneira, uma *comunicação eficaz* compreende outro elemento fundamental para coordenar esforços em ações coletivas. A autora argumenta que uma comunicação eficaz pode reduzir a assimetria de informações e ajudar os participantes a entenderem melhor seus papéis e responsabilidades (OSTROM et al., 1999).

Ademais o estabelecimento de espaços de *participação democrática* para tomada de decisão compreende outro elemento sensível ao engajamento em processos coletivos. Nessa perspectiva, quando os atores sociais têm voz e influência nas escolhas do grupo, eles estão mais propensos a se envolver e se comprometer. Em ambientes em que os atores sociais têm responsabilidade pela administração de recursos compartilhados, eles têm um interesse direto

em cooperar para preservá-los, o que incentiva o engajamento (OSTROM, 2007; OSTROM et al., 1999).

Outro aspecto pertinente para o engajamento dos atores corresponde à construção de *valores compartilhados* entre os envolvidos (PASCUCCI et al., 2021). Este seria resultado dos relacionamentos estabelecidos entre os atores, e compreendem também os sentidos que se constroem em torno da ação coletiva. Nesse sentido, atuação em arranjos coletivos oportuniza aos envolvidos modificarem suas visões e valores, os quais podem mobilizá-los em ações de interesse mútuo. Desse modo, esse aspecto pode estar associado a um maior ou menor envolvimento nas formas de ação coletiva, conforme o (des)alinhamento entre os sentidos atribuídos à ação coletiva e aqueles compartilhados entre os atores sociais.

4.2.3 A ação coletiva em circuitos curtos de comercialização de alimentos

Mesmo com a tendência de os CCC estabelecerem-se sobre variados tipos de cooperação (DAROLT et al., 2016), nem sempre eles expressam formas de ação coletiva. Ainda assim, muitas dessas experiências, sobretudo nos anos recentes, têm estabelecido mecanismos coletivos de gestão dos processos de produção, comercialização, abastecimento e consumo, instituindo e compartilhando práticas colaborativas e responsabilidades aos envolvidos no processo (PASCUCCI, 2010). Nesse contexto, alguns atores têm conceituado essas iniciativas como resultado de processos de ação coletiva, descrevendo-as como CCC que articulam e mobilizam diversos atores em escala territorial (LILIANA REINA-USUGA; TOMÁS DE HARO; CARLOS PARRA-LÓPEZ, 2018; REINA-USUGA; PARRA-LÓPEZ; DE HARO-GIMÉNEZ, 2022; ROVER; DAROLT, 2021; STEFANI et al., 2017). Nesse sentido, alguns estudos têm analisado os CCC enfocando distintos aspectos teóricos da ação coletiva, centrando-se especialmente nas esferas da produção e do consumo.

Um aspecto explorado nos estudos diz respeito às motivações para o envolvimento em ações coletivas de CCC. Estudos identificaram a coexistência ou mesmo a combinação de distintas motivações, que podem expressar tanto o desejo de acessar produtos de qualidade e preocupações com a saúde, quanto razões políticas e ambientais (SACCHI et al., 2022; ZOLL et al., 2018). Segundo Sacchi et al. (2022) podem expressar-se de forma tanto implícita quanto explícita, e tendem a orientar o grau de comprometimento dos consumidores nas atividades ou na gestão, o que cria distinção entre as próprias iniciativas. Zoll et al. (2018), pontuam que

embora a participação promova mudanças nas práticas dos atores envolvidos, a curto prazo elas não aparentam potencial de transformação dos modelos tradicionais de consumo.

O capital social compreende um aspecto mobilizado em análise de CCC, assim como de redes agroalimentares alternativas. Pasquier Merino et al. (2022), estudando *alternative food networks* (AFN) na Cidade do México, afirmam que o capital social constitui um aspecto-chave no fortalecimento de ações coletivas, uma vez que sua presença se expressa como um indicador do interesse e das capacidades dessas redes em fortalecer ações empreendidas coletivamente. Os autores distinguem os atores envolvidos em três perfis a saber: os produtores, os consumidores e os gestores. Eles atribuem um papel importante aos gestores na construção do capital social nessas iniciativas. Isto porque esses atores compartilham algumas características essenciais nesse processo, a saber: i) a experiência na coordenação de atividades operacionais; ii) o conhecimento sobre outras iniciativas e a conexão com gestores de outras redes e; iii) a capacidade de mobilização de outros atores, resultado de sua atuação ativista. No entanto, os autores afirmam que as atividades tendem a se concentrar nesses atores, o que torna a distribuição de responsabilidades nas AFN desigual (PASQUIER MERINO et al., 2022, p. 20). Esse aspecto pode estar atrelado a práticas oportunistas no âmbito dos CCC, ou mesmo a ausência de normas e regras que distribuam as responsabilidades aos envolvidos.

Por sua vez, (CHEN et al., 2022) em estudo sobre a reconexão entre o rural e o urbano via AFN no contexto Chinês, argumentam que tornar as iniciativas autossustentáveis e mais competitivas requer um enriquecimento do capital social a níveis organizacional e comunitário. Os autores apontam os atores extensionistas externos ou mediadores, por serem “ricos em capital social”, como centrais na formação de confiança entre os indivíduos na construção de ações coletivas. Nas palavras dos autores, “o “mediador” não só ajuda a fornecer cursos de treinamento necessários aos agricultores locais e a elaborar o roteiro para a prática da cadeia de abastecimento agroalimentar ecológica do tipo AFN, mas também a construir a confiança inicial e a conexão entre consumidores urbanos e produtores rurais [...] e facilitar a ação coletiva dos atores envolvidos na prática da cadeia de abastecimento agroalimentar” (CHEN et al., 2022, p. 12). Tais aspectos apresentam entendimentos das principais questões em torno de ações coletivas em CCC, pois lançam luzes e caminhos a se avançar na análise da dinâmica de engajamento de atores em experiências em fase inicial, bem como envolvendo atores intermediários como o caso dos serviços de alimentação.

4.3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este estudo se propôs a compreender fatores que impactam o engajamento de atores na construção de uma iniciativa de CCC envolvendo serviços de alimentação e organizações de agricultores orgânicos em Florianópolis/SC. Na presente etapa, se concebeu e experimentou um novo arranjo organizativo para a compra e venda de produtos orgânicos entre os serviços de alimentação e organizações de agricultores do entorno de Florianópolis, identificando os limites, condições e potenciais para o avanço da proposta.

4.3.1 Objeto/Sujeito da pesquisa

O estudo foi desenvolvido junto a empreendimentos que atuam como serviços de alimentação de Florianópolis e organizações de agricultores de municípios de seu entorno. A ação deu preferência às organizações de agricultores que já desempenhavam ações junto ao LACAF/UFSC, como forma de garantir o envolvimento e engajamento mínimos necessários na concepção e experimentação dessa iniciativa de CCC. Nesse sentido, oito organizações de agricultores foram convidadas a participar da ação, as quais detalhamos na Quadro 8.

Quadro 8. Relação das organizações de agricultores participantes das ações do projeto.

Organização	Municípios	Nº de produtores envolvidos	Identificação
Grupo Flor do Fruto	Biguaçu, Antônio Carlos, Palhoça e Santo Amaro da Imperatriz	17 estabelecimentos	OA1
Associação AGROEDA	Imbuia, Ituporanga e Vidal Ramos	14 estabelecimentos	OA2
Cooperativa Ecoserra	Lages	330 estabelecimentos	OA3
Grupo APAOC	Chapadão do Lageado	6 estabelecimentos	OA4
Grupo Amanacy	Alfredo Wagner	3 estabelecimentos	OA5
Grupo Serramar	Sombrio	6 estabelecimentos	OA6
Grupo Harmonia da Terra	Rancho Queimado, águas Mornas, Angelina, Alfredo Wagner	8 estabelecimentos	OA7
Grupo Associada	Major Gercino e Nova Trento	10 estabelecimentos	OA8

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

A seleção dos serviços de alimentação partiu do número de empreendimentos que, na aplicação do questionário da etapa anterior, indicaram interesse em participar de uma iniciativa

coletiva para a compra de alimentos orgânicos, diretamente de agricultores locais. Dos 31 que indicaram interesse, foram contactados 10 estabelecimentos, os quais estão localizados nos bairros: Lagoa da Conceição, Rio Tavares e Campeche. A escolha desses estabelecimentos se deu pela flexibilidade que manifestaram em participar de uma ação experimental (de acordo com as respostas indicadas no questionário), e também por um deles ser parceiro em ações anteriores, inclusive dispendo suas dependências para ser ponto de entrega dos produtos demandados pelo conjunto dos estabelecimentos. Este estabelecimento indicou mais dois empreendimentos da região (que não responderam ao questionário da fase anterior) que demonstraram interesse na iniciativa. Portanto, foram 12 os convidados a participar da pesquisa-ação, dos quais 4 efetivamente realizaram pedidos e integraram a ação experimental.

4.3.2 Coleta de dados

Os dados foram coletados a partir da realização de grupos focais (*Focus Group*) e desenvolvimento de uma ação experimental envolvendo compra-venda direta de alimentos orgânicos, durante a qual se realizou observação participante (Apêndice B). Os grupos focais consistem numa técnica de pesquisa qualitativa em que os dados são coletados mediante a interação de distintos atores em um grupo focado em discutir sobre uma temática, sob mediação de um pesquisador (GONDIM, 2002; TRAD, 2009). Esta técnica compreende uma ferramenta valiosa para coleta de dados qualitativos, diferenciando-se da aplicação de entrevistas individuais, devido ao encontro de visões distintas e/ou semelhantes promovido pela interação grupal dos distintos atores (BACKES et al., 2011; DILSHAD; LATIF, 2013).

Os grupos focais objetivaram discutir sobre a dinâmica de funcionamento da proposta, e estabelecer coletivamente regras e responsabilidades para a realização de uma fase de compra e venda experimental. Com esse intuito, foram realizados dois grupos focais, um com cada público beneficiário da iniciativa (agricultores e serviços de alimentação). O primeiro, em agosto de 2022, contou com a participação de lideranças de organizações de agricultores, que objetivou sensibilizar e identificar organizações interessadas, e discutir coletivamente sobre as condições e especificidades apontadas pelos serviços de alimentação para a aquisição de produtos orgânicos diretamente dos agricultores locais. Na oportunidade, a equipe de pesquisa apresentou dados sobre o interesse, condições e exigências dos serviços de alimentação para adquirir produtos orgânicos diretamente de organizações de produtores locais.

O segundo grupo focal, realizado em novembro de 2022, foi destinado à participação de serviços de alimentação. Nele realizou-se uma apresentação da proposta aos participantes, e discutiu-se seu interesse em participar da iniciativa experimental, bem como ajustes dos detalhes de funcionamento.

Os dois grupos focais ocorreram de forma remota pela plataforma Google Meet[®], e o diálogo (dados) foi gravado com o auxílio do software OBS Studio[®].

A partir do interesse demonstrado nos grupos focais, procedeu-se a realização de uma fase de venda/compra experimental, com duas edições ocorridas cada qual em uma semana no período entre os dias 07 e 20 de dezembro de 2022. Esta etapa contou com a realização de observação participante, a partir do acompanhamento da iniciativa de compra/venda, especialmente dos diálogos entre os participantes em grupos de WhatsApp[®]. Ademais, na fase experimental também foram produzidos dados a partir das planilhas de oferta dos produtos e informações dos pedidos dos serviços de alimentação. Estes canais de comunicação foram instituídos na ocasião dos grupos focais, como forma de facilitar a comunicação entre todos envolvidos: LACAF/UFSC, serviços de alimentação e organizações de agricultores. Após as duas edições experimentais se encaminhou um formulário online para os participantes, com o objetivo de avaliar esta fase e identificar aspectos a serem aprimoradas na iniciativa (Apêndices C e D).

4.3.3 Sistematização e análise dos dados

As discussões oriundas dos grupos focais foram gravadas e transcritas em um documento Microsoft Word[®]. Posteriormente, os dados foram organizados em planilha Excel, onde procedeu-se à análise de conteúdo (BARDIN, 2000), com base nos aspectos que influem no engajamento dos atores na construção da iniciativa de CCC.

O estudo seguiu requisitos éticos para pesquisas com seres humanos, expresso na aceitação dos participantes, salvaguardado o seu anonimato e uso das informações exclusivamente para fins acadêmicos. O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisas com Seres Humanos da UFSC, protocolo nº 4.375.733 e CAAE 38425120.9.0000.0121.

4.4 RESULTADOS

Os resultados foram organizados seguindo a sequência das etapas da pesquisa.

4.4.1 A fase de concepção da iniciativa – os grupos focais

4.4.1.1 Grupo Focal com as organizações de agricultores

No primeiro grupo focal foram apresentadas aos agricultores as condições apontadas pelos serviços de alimentação para participarem de uma iniciativa de compra direta com os agricultores locais – dados obtidos na pesquisa da fase anterior (questionários respondidos por serviços de alimentação de Florianópolis). Das oito organizações de agricultores convidadas, 7 participaram do encontro. Conforme mencionado, as organizações de agricultores possuem histórico de atuação com a rede na região, na promoção da agroecologia, da agricultura familiar e consumo responsável, especialmente com o LACAF/UFSC. As participantes compreendem grupos de agricultores da Rede Ecovida de Agroecologia¹⁵, atuando com o laboratório no abastecimento de 13 iniciativas de vendas direta aos consumidores, denominadas de Células de Consumidores Responsáveis (CCR) (CARRIERI; PUGAS; ROVER, 2023). Ademais, lideranças dessas organizações com frequência participam de atividades promovidas no âmbito de atuação da rede de cidadania agroalimentar (RCA) de Florianópolis.

Na ocasião do grupo focal, os agricultores participantes indicaram o interesse em envolver-se na iniciativa e reagiram às condições colocadas pelos empreendimentos que atuam na produção de refeições.

No entanto, as motivações e intensidade do interesse diferenciaram-se entre as lideranças dos agricultores participantes. Uma delas, por exemplo, atribuiu seu interesse à busca de ampliar o acesso de sua organização a mercados: “*Sim né, porque a gente está sempre à procura de formas de comercializar*” (AO7). Esse interesse demonstra que os agricultores orgânicos ainda necessitam de novos mercados para o escoamento da produção. Em alguns casos, a busca por acessar novas iniciativas comerciais visa garantir o escoamento de uma pequena parcela da produção ainda não comercializada. Noutros casos, a motivação parte do interesse em comercializar alguns produtos com capacidade de serem cultivados em maiores quantidades, como no caso da liderança a seguir: “*O nosso grupo até tem interesse de participar*

¹⁵ A Rede compreende uma diversidade de organizações sociais (dentre elas ONGs, agricultores/as e até consumidores/as) e instituições públicas nos três estados do Sul do Brasil. Ela foi criada em 1998 com o intuito de promover a agroecologia e a agricultura familiar. Essa entidade tem atuado na regulamentação dos estabelecimentos produtivos, concedendo certificação a partir de um Sistema Participativo de Garantia (SPG), materializado pela Associação Ecovida de Certificação Participativa.

dessa construção desse canal de comercialização, principalmente com alguns itens que a gente tem em maior produção, que é a questão da banana, batata doce e aipim” (AO1).

No entanto, o interesse dos agricultores é contextualizado com algumas preocupações em relação às condições colocadas pelos serviços de alimentação. As principais questões são detalhadas no Quadro 9. A padronização¹⁶ dos produtos ofertados foi o aspecto mais abordado pelas lideranças dos agricultores, conforme evidencia uma das falas:

[...] pra nós, enquanto uma escala ainda muito pequena de produção, essa questão da padronização pesa um pouco mais porque a questão de fazer a seleção vai demandar e aumentar a mão de obra interna e a questão do desperdício. O que fazer com esse alimento que ficou" (OA7).

Quadro 9. Preocupações dos agricultores com as condições expostas pelos serviços de alimentação.

Padronização dos produtos	Fragmentação dos pedidos
Os agricultores entendem que a padronização elevaria os custos de classificação dos produtos, na medida em que aumentam a necessidade de mão de obra interna e o desperdício. Essa condição contrastaria com a perspectiva agroecológica. Segundo eles, isso seria ainda mais desvantajoso considerando a pequena escala de produção dos agricultores.	Em algumas experiências anteriores, os agricultores relataram enfrentar dificuldade em operar com pedidos muito pequenos e fragmentados. O baixo volume de pedidos pressionava os ganhos dos agricultores, pois tornava os custos com a colheita, organização de pedidos e transportes mais representativos. Ademais, essa exigência demanda que os agricultores ocupem mais na organização de pedidos.
Elevada frequência de entrega	Preços próximos dos convencionais
Associada a pedidos fragmentados, a elevada frequência de entrega eleva os custos do processo comercial. Isto porque pedidos pequenos e entregues em vários dias na semana demandam a disponibilização de mão de obra necessária em outras etapas do processo produtivo. Esse aspecto torna-se ainda mais sensível no contexto de elevação dos preços dos combustíveis vividos no período da pesquisa no Brasil.	Os agricultores até mostram-se abertos a negociação e cientes de que uma iniciativa comercial com serviços de alimentação carece de uma atenção na adoção de preços mais atrativos, especialmente por se tratar se estabelecimentos intermediários que agregam valor. No entanto eles ponderam que pedidos pequenos com elevado custo de entrega reduzem a margem de ganho dos agricultores, desestimulando-os de participar deste tipo de iniciativa.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

4.4.1.2 Grupo focal com os serviços de alimentação

Dos 12 serviços de alimentação convidados a participar do segundo grupo focal apenas quatro compareceram ao encontro para construção da iniciativa¹⁷. Destes, dois eram

¹⁶ A padronização posta pelos serviços de alimentação versam especialmente sobre os tamanhos e formatos dos produtos, os quais, além de menos atrativos, apresentam maiores dificuldades em sua manipulação.

¹⁷ Importante mencionar dos estabelecimentos contatados via telefone, 7 haviam confirmado presença no grupo focal, dos quais 3 acabaram não participando.

representantes de serviços de alimentação que participaram da fase anterior da pesquisa, sendo que um deles era parceiro do coletivo mobilizador em ações anteriores. O representante do serviço de alimentação parceiro é integrante de uma organização ligada a rede de atores que atuam na promoção da agroecologia, agricultura orgânica e iniciativas de circuitos curtos de comercialização na região – empreendimento ligado também ao Movimento *Slow Food*. Os outros dois participantes representaram os serviços de alimentação sensibilizados pelo parceiro, não fazendo parte de nenhuma organização, embora um deles tenha mencionado que já tenha adquirido produtos de uma iniciativa de CCC, desenvolvida no âmbito da RCA de Florianópolis.

De modo geral, os presentes manifestaram apoio à ideia de empreender um período de aquisição experimental. Foram sanadas algumas dúvidas, tais como aspectos ligados a variedade dos produtos, às unidades de medida utilizada para oferta dos itens (se em kg, maços, etc.) e em relação à necessidade de compra de uma quantidade mínima de cada produto ofertado.

A questão da padronização também foi tratada entre os serviços de alimentação. Um dos participantes do segundo grupo focal, defendeu que este aspecto é algo contornável entre os empreendimentos interessados em adquirir alimentos orgânicos. Ele indicou que os empreendimentos utilizam de estratégias para aproveitar os produtos de todos os tamanhos e formatos, buscando aproveitar ao máximo o insumo na produção das refeições.

"[...] quem trabalha com orgânicos já está acostumado com a padronização. É outro método né. Quem trabalha com convencional quer tudo bonitinho, tudo no tamanho. Mas quem trabalha orgânico, produto agroecológico, já está acostumado com essa diferença de tamanhos né. É lógico que quando, vamos supor a cenoura chega pra mim, eu separo as pequenas para fazer creme e as grandes eu uso pra cortar, pra fazer os cortes. Então eu já tenho um padrão na minha cozinha no recebimento. Então pra mim, na minha opinião, não faz muita diferença essa falta de padrão."

Essa fala evidencia que pode ser contornável a exigência de padronização dos produtos pelos serviços de alimentação, algo destacado pelos agricultores como um limite importante. Contudo, contornar tal exigência demandaria sensibilizar e capacitar proprietários e chefes de cozinha para lidar com a falta de padronização.

Mesmo diante das preocupações em relação às condições dos serviços de alimentação, as lideranças dos grupos de agricultores mostraram-se favoráveis a participar de uma fase experimental de venda aos estabelecimentos. A partir do diálogo entre os presentes construiu-

se uma proposta de funcionamento, que se daria da forma: (1) junto com o LACAF, agricultores disponibilizariam uma lista de produtos disponíveis (planilha) em prazo definido semanalmente; 2) na planilha, cada grupo de agricultores disporia sua lista de produtos separadamente, indicando o dia da semana que a entrega seria realizada; (3) serviços de alimentação teriam 2-3 dias para realizar os pedidos na planilha; (4) Encerrado o prazo para pedidos, os agricultores se responsabilizariam por organizar e entregar os pedidos no dia definido; (4) os pedidos seriam entregues em um ponto único e os serviços de alimentação iriam deslocar-se a ele para receber seu pedidos; (5) os pagamentos seriam realizados via PIX, no ato de confirmação da realização do pedido.

A proposta foi aprovada pelos serviços de alimentação que participaram do segundo grupo focal. Ressalta-se que na ocasião do grupo focal, os profissionais dos serviços de alimentação participantes não se opuseram a nenhum dos aspectos de funcionamento sugerido pelos agricultores. Na ocasião, eles demonstraram-se dispostos a participar da proposta de abastecimento direto pelos agricultores. Um dos participantes disponibilizou suas dependências para o recebimento dos produtos (ponto de entrega). Um outro profissional, conforme a fala transcrita abaixo, mostrou-se disposto a divulgar a iniciativa com estabelecimentos próximos:

“Pra gente eu vejo que é interessante. Gostei muito dos produtos que estão sendo oferecidos. O que eu teria a agregar é que hoje eu teria um problema de logística para ir buscar os produtos. Daí eu pensei de falar aqui com os parceiros que tem restaurantes, tanto aqui nas Rendeiras, aqui na região da Lagoa, pra ver se a gente conseguiria buscar.”

4.4.2 A fase de experimentação da iniciativa

A planilha contendo a relação de produtos foi encaminhada para todos os empreendimentos, incluindo aqueles que não participaram do grupo focal, e os localizados fora da área escolhida para a fase de compra experimental. Na ocasião encaminhou-se um texto com orientação para realização dos pedidos, seguido do *link* de acesso à planilha. O arquivo *online* contendo as listas de produtos foi encaminhado via endereço de e-mail e WhatsApp®, fornecidos pelos serviços de alimentação quando na manifestação de interesse em participar da iniciativa. O Quadro 10 apresenta a relação dos produtos ofertados pelos agricultores, bem como as quantidades disponíveis para fornecimento na fase de compra experimental.

Quadro 10. Relação da oferta de alimentos ofertados de grupos de agricultores locais.

Categorias	Itens ofertados	Quantidade	Categorias	Itens ofertados	Quantidade
Legumes	Repolho verde	500 unidades	Grãos	Feijão carioca	25kg
	Vagem	140 kg		Feijão preto	60kg
	Cebola amarela	140kg	Folhosas	Couve	320 maços
	Cebola roxa	30kg		Cebolinha	140 maços
	Alho	69kg		Manjericão	100 maços
	Abóbora cabotiá*	-		Salsinha	140 maços
	Abóbora paulista*	-		Hortelã	90 maços
	Cenoura	80kg		Capim limão	100 maços
	Alho poró	350 unidades		Alface verde	350 unidades
	Berinjela	120kg		Alface roxa	100 unidades
	Pepino salsa	40kg		Acelga	60 unidades
	Abóbora caserta	80kg		Alecrim	130 maços
	Pimentão verde	60kg		Salsão	40 unidades
	Raízes e tubérculos	Batata doce roxa		540kg	Tomilho
Batata salsa amarela*		-	Almeirão verde	40 unidades	
Gengibre		20kg	Frutas	Limão	60kg
Rabanete		200kg		Banana branca	200kg
Açafrão		5kg		Banana Caturra*	-
Beterraba*		-		Abacaxi*	-

Fonte: Elaborado pelos autores (2023). *Alimentos disponibilizados, mas sem informações de quantidade.

O desenvolver da ação experimental de compra/venda direta apresentou alguns contrastes em relação a fase anterior. Nas duas semanas em que foram realizadas as compras, apenas cinco estabelecimentos realizaram pedidos de alimentos¹⁸. Na primeira semana quatro serviços de alimentação realizaram pedidos, enquanto na segunda semana apenas três efetivaram compras. Dos 7 grupos de agricultores que participaram do grupo focal, cinco disponibilizaram produtos para ser comercializado na fase experimental da iniciativa. Um deles, mesmo disponibilizando uma relação de alimentos, não recebeu nenhum pedido.

¹⁸ Ressalta-se que na fase experimental a planilha de produtos disponíveis foi divulgada para todos os 31 serviços de alimentação que manifestaram interesse em adquirir alimentos orgânicos da agricultura familiar local, na fase anterior da pesquisa.

Apesar de toda mobilização e manifestação de interesse, verificou-se que um número reduzido de serviços de alimentação participou na iniciativa e com baixo volume de pedidos. Também observou-se que a diversidade e volume de produtos oferecidos foram baixos, assim como os preços demandados pelos grupos de agricultores era semelhante a preços cobrados de consumidores finais.

O Quadro 11 evidencia a baixo volume de pedidos realizado pelos serviços de alimentação que participaram da fase de compra experimental, com exceção dos itens feijão carioca, feijão preto e da cebola roxa, que obtiveram pedidos que representaram 56%, 42% e 40% do volume disponibilizados pelos agricultores, respectivamente. A maioria dos produtos disponibilizados não tiveram nenhum pedido por parte dos serviços de alimentação (57% dos alimentos ofertados), enquanto os adquiridos apresentaram baixo volume de demanda.

Quadro 11. Relação dos produtos adquiridos pelos serviços de alimentação e o percentual de comercialização em relação à quantidade ofertada na fase de compra experimental.

Item	Demanda (%)	Item	Demanda (%)
Feijão carioca	56,00%	Abobrinha caserta	5,00%
Feijão preto	41,66%	Capim limão	10,00%
Alho	1,44%	Tomilho	11,66%
Limão	15,00%	Alface	0,57%
Batata doce	0,74%	Beringela	10,00%
Alho poró	4,28%	Salsinha	2,14%
Gengibre	5,00%	Salsão	5,00%
Rabanete	1,50%	Hortelã	2,22%
Couve	4,06%	Alecrim	1,53%
Cebola amarela	2,14%	Cenoura	3,75%
Cebola roxa	40,00%	Abacaxi*	-
Batata salsa*	-	Batata doce roxa	0,55%
Repolho	1,20%		

Fonte: Elaborado pelo autor (2024). *Alimentos disponibilizados, mas sem informações de quantidade.

A baixa participação dos serviços de alimentação apresentou-se como a principal elemento desmobilizador dos grupos de agricultores. Os pedidos com valores baixos foram um aspecto negativo relatado pelos agricultores. Um caso ilustrativo foi o pedido de apenas um item por um serviço de alimentação, que não viabilizou o transporte ao ponto de entrega. Um dos grupos de produtores comentou sobre a inviabilidade da entrega de pedidos muito

pequenos, considerando os custos para deslocamento até o ponto de entrega. O único caso contrastante foi a compra de feijões (preto e carioca) por dois estabelecimentos, que justificaram o volume mais elevado. Destaca-se neste caso os preços, que estavam abaixo dos praticados no varejo local. Um dos serviços de alimentação, que inclusive não havia participado do grupo focal, não adquiriu nenhum produto ofertado pelos agricultores além do feijão.

Ademais, também ocorreram algumas falhas por parte dos grupos de agricultores, no processo de fornecimento dos alimentos. A principal diz respeito à indicação, na lista de oferta, de produtos não disponíveis para entrega. Após ter feito seu pedido, um serviço de alimentação teve que ser comunicado da indisponibilidade de um item. Esta compreende uma questão sensível para os serviços de alimentação, que apontaram a garantia de entrega como uma das principais condicionantes para a compra de orgânicos da agricultura familiar local. Também pôde-se verificar uma falha relacionada à logística de entrega por um grupo de agricultores, que não entregou seus pedidos no ponto de entrega combinado, gerando transtorno que poderia comprometer o acesso dos serviços de alimentação aos alimentos no dia e horários previamente acordados¹⁹.

4.4.3 Avaliação da fase de compra experimental

A avaliação da fase de compra experimental explicitou os desafios a serem enfrentados no desenvolvimento da iniciativa, assim como algumas vantagens do formato de funcionamento adotado. O principal desafio é a necessidade de aumento nas quantidades de produtos adquiridos pelos serviços de alimentação. Esta foi uma questão apontada por todas as lideranças de agricultores que responderam a avaliação. Por sua vez, dos cinco serviços de alimentação, três reconhecem que seu volume de compra foi baixo, e um respondeu que gostaria de ter comprado mais produtos.

Os três principais pontos positivos sinalados pelos serviços de alimentação correspondem ao tempo suficiente para a realização dos pedidos, não ter havido dificuldade na realização dos pedidos, e que os produtos foram entregues nos dias e horários acordados. Por outro lado, eles apontaram como principais pontos negativos a baixa diversidade de produtos ofertados, e a dificuldade em realizar o pagamento. Quanto às questões relativas ao pagamento,

¹⁹ No caso em questão, os agricultores entregaram os pedidos em outro local, distante do ponto de entrega previamente acordado. No entanto, membros da equipe do projeto conseguiram viabilizar a busca e entrega dos produtos no local determinado e em tempo hábil.

foi mencionada a dificuldade em ter que realizar o pagamento individualmente para cada grupo de agricultores (caso dos serviços de alimentação que adquiriram produtos de mais de um grupo), a inexistência de prazos para o pagamento e a necessidade de praticar preços menores que os praticados ao consumidor final. Ademais, também foi mencionada a necessidade de emissão de nota fiscal para o cumprimento das obrigações legais.

A principal dificuldade apontada pelos agricultores foi o baixo volume dos pedidos, os quais não compensaram as entregas no local. Ademais eles também mencionaram a dificuldade em comunicar problemas na entrega e na qualidade de algum produto, e a falta de retorno dos serviços de alimentação com críticas, elogios e sugestões.

As lideranças dos grupos de agricultores fizeram algumas sugestões para o fortalecimento da iniciativa: a) realização de um planejamento de produção dos agricultores, partindo-se da demanda dos serviços de alimentação; b) que a entrega dos pedidos fosse em pontos onde os agricultores já realizam outras entregas; c) o necessário envolvimento de mais serviços de alimentação; d) garantia de compra para facilitar o planejamento dos agricultores.

4.5 DISCUSSÕES

4.5.1 Obstáculos para novas práticas de compra pelos serviços de alimentação

Embora o engajamento desse público na formatação de CCC ainda seja um tópico inexplorado, a literatura apresenta alguns aspectos que podem afetar negativamente a aquisição de alimentos orgânicos por serviços de alimentação, tais como preços inacessíveis (LU; GURSOY, 2017; NIEDERLE; SCHUBERT, 2020), falta de logística adequada (PACIAROTTI; TORREGIANI, 2018), dificuldades com a regularidade de entregas (NIEDERLE; SCHUBERT, 2020; PACIAROTTI et al., 2022), dentre outros.

Este estudo apresenta dois aspectos como limitantes para o desenvolvimento de iniciativas envolvendo este segmento. O primeiro diz respeito à falta de participação da maioria dos estabelecimentos, mesmo tendo demonstrado interesse em integrar uma iniciativa deste tipo. O segundo corresponde à baixa intensidade de compras realizadas na fase experimental. A literatura sobre ação coletiva apresenta alguns aspectos pertinentes na reflexão sobre o envolvimento dos atores nesse tipo de processo colaborativo.

No primeiro aspecto, a opção em não adentrar na dinâmica da ação coletiva pode estar associada às incertezas inerentes à adoção de uma nova prática, tecnologia ou inovação – que

nesse caso se daria a partir da aquisição de alimentos orgânicos diretamente dos produtores locais. Por sua vez, a baixa representatividade em termos de volume de compras na fase experimental pode constituir um limitante para o avanço da iniciativa. Nesse sentido, compreender as razões pelas quais os serviços de alimentação restringem o contingente adquirido pode fornecer subsídios para melhor formatar o modelo de compra/venda. Estes aspectos podem associar-se a perspectiva teórica da mobilização de recursos, as quais destacam que a atuação dos indivíduos em dinâmicas de ação coletiva orienta-se pelos cálculos em relação aos custos e benefícios em colaborar na dinâmica grupal (OSLON, 1999; KREMER, 2019).

Ademais, eles também podem atrelar-se as questões ligadas à comunicação entre os envolvidos, a importância do relacionamento face a face em processos de ação coletiva. Essa perspectiva atribui centralidade ao processo comunicativo, ao gerar espaços de troca de conhecimentos, expectativas e compartilhamento de valores (OSTROM, 2007; PERALTA, 2010; KREMER, 2019). A realização dos grupos focais virtualmente, o seu limite em relação ao estabelecimento de uma relação aproximada apresentou-se como limitante do envolvimento dos atores, especialmente dos serviços de alimentação.

Embora tenha havido manifestação de interesse, a falta de engajamento dos serviços de alimentação, apresentou-se como aspecto limitante para o funcionamento da experiência, materializado pela baixa participação e no reduzido volume de pedidos. Teoricamente, esta limitação pode estar associada ao restrito de estabelecimento de normas e regras na definição da ação coletiva – elementos centrais segundo a abordagem teórica da ação coletiva (OSTROM et al., 1999; OSTROM, 2007). Mesmo havendo espaços democráticos para a definição do modelo de funcionamento, estes resumiram-se a dois encontros *online*. Nesse sentido, o processo organizativo não estabeleceu espaços adequados para a geração coletiva de instituições (normas e regras), especialmente com ampla participação e comunicação face a face, momentos em que os diálogos facilitariam processos de sensibilização.

Apenas um dos serviços de alimentação participantes tinha contato com entidades que atuam com a agroecologia e da agricultura familiar, aspecto que poderia favorecer um maior engajamento, considerando valores em torno na construção da iniciativa ou mesmo a confiança e reciprocidade entre os envolvidos. Isto evidenciou-se a partir da atuação desse estabelecimento para o andamento da ação experimental, seja mobilizando outros dois serviços de alimentação a participarem, assim como dispendo suas dependências como local para

entregas dos pedidos. Tal perspectiva alinha-se com a abordagem das relações sociais como centrais no desenvolvimento de formas de ação coletiva (GRANOVETTER, 2007; WENNINGKAMP; SCHMIDT, 2016). Seu ‘enraizamento’ na rede de atores e nas dinâmicas socio-organizativas locais em torno da agroecologia e da alimentação saudável, pôde-se verificar uma atuação mais proativa, inclusive em processo de sensibilização dos serviços de alimentação presentes.

No entanto, o processo de sensibilização e mobilização, bem como as condições de funcionamento apresentadas na fase experimental não garantiram o efetivo engajamento dos demais serviços de alimentação. Nesse contexto, a construção da proposta para aquisição de alimentos orgânicos diretamente dos agricultores não se mostrou como incentivo suficiente capaz de mobilizar os participantes para uma atuação mais engajada. Na perspectiva de Oslon (1999), isto estaria associado à dificuldade dos atores em agirem voluntariamente na consecução de interesses comuns. O que indica a necessidade de se promover incentivos a participação desses atores.

Ademais, faz-se pertinente atentar para alguns elementos que desestimulam esse público. Por outro lado, algumas falhas dos agricultores identificadas na fase experimental, como a oferta itens não disponíveis e a entrega de pedidos no local combinado, aspectos fundamentais para o envolvimento dos serviços de alimentação em ações deste tipo. Tais falhas indicam o descumprimento de normas e regras de funcionamento, os quais têm efeito deletério na reputação dos atores, o que desfavorece a atuação em grupo (OSTROM et al., 2007). Por outro lado, a baixa diversidade produtos ofertados, falta de prazo para pagamento, preços mais elevados. Aspectos que, a partir de uma leitura mais utilitarista, tenderia a desestimular a mobilização de recursos para a efetivação da experiência (GUERRA, 2005).

Conforme pode-se observar na Figura 7, esses aspectos estão relacionados ao contexto dos serviços de alimentação e à estratégia de mobilização adotada na construção da iniciativa, especialmente em relação aos agricultores articulados para a experimentação. Visando um engajamento mais efetivo na experimentação, optou-se em mobilizar organizações de agricultores que atuam na iniciativa das CCR, acostumados a operar com preços mais elevados, quando comparados aos serviços de alimentação. As CCR compreendem uma iniciativa de venda direta, com preços atrativos em função da redução de intermediários, e oportuniza uma venda garantida aos agricultores. Em outras palavras, os agricultores que se integraram à proposta já acessam mercados rentáveis, estáveis e com demanda aquecida, e não se sentem

estimulados a reduzir seus preços para atender o segmento dos serviços de alimentação que tendem a não querer comprar alimentos vendidos a preços de consumidor final.

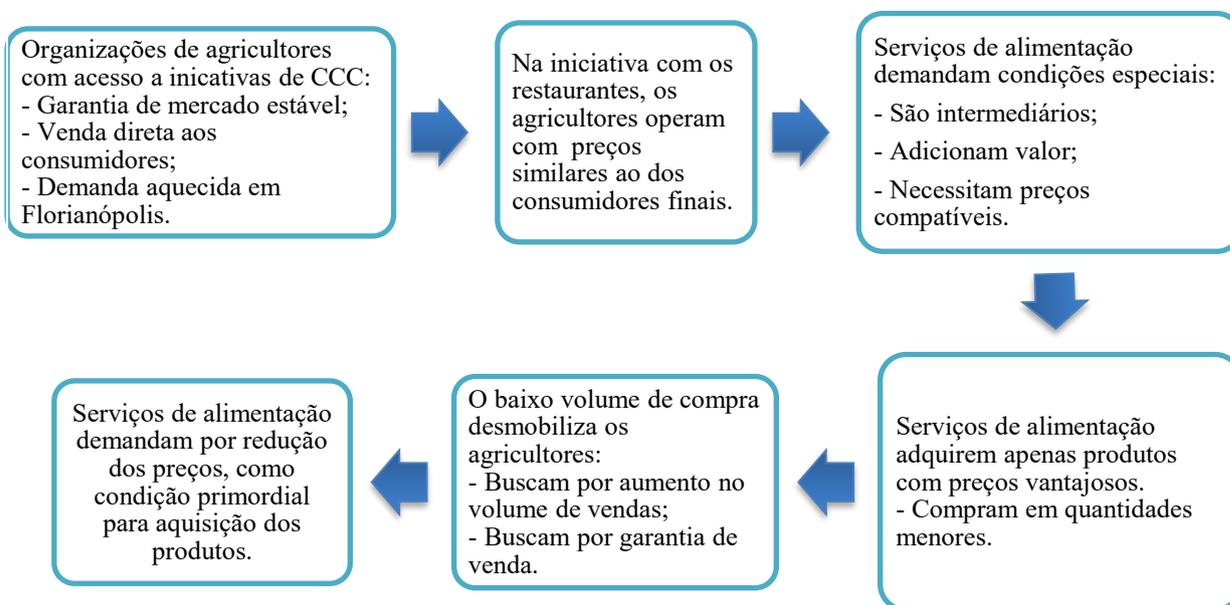


Figura 7. Ciclo vicioso da relação entre agricultores e serviços de alimentação para a compra/venda de produtos. Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Por sua parte, o preço constitui aspecto limitante para a participação dos serviços de alimentação em experiência desta natureza. Valores próximos aos pagos por consumidores finais, mesmo em se tratando de alimentos orgânicos, tendem a desestimular os empreendimentos, uma vez que eles adquirem os produtos com o intuito de adicionar valor a partir da produção de refeições. Embora tenha havido sensibilização nos grupos focais, produtores influenciaram desmobilizando os serviços de alimentação, ao operarem com preços próximos dos adotados para os consumidores finais. Nessa perspectiva, por mais altruístas que sejam as iniciativas, esses atores vão nortear-se seu engajamento a partir de custos de oportunidade.

4.5.2 O engajamento proativo dos agricultores

Embora demarcados os limites de engajamento, em função das condições desfavoráveis para a comercialização a partir da experiência em construção, as organizações de

agricultores apresentam comportamento distinto dos serviços de alimentação, pertinente no entendimento de como a ação coletiva pode ser interpretada sob distintas abordagens da ação coletiva. As lideranças das organizações manifestaram interesse em abastecer com alimentos orgânicos empreendimentos que atuam na produção de refeições. Sua participação nas reuniões extrapolou a manifestação de interesse, apresentando relatos de experiências anteriores que ajudaram a pensar no funcionamento da iniciativa, como nas situações relativas à padronização da qualidade os produtos. E mesmo diante da baixa demanda, seguiram disponibilizando a lista de produtos para efetivação dos pedidos.

Notadamente, a baixa demanda na fase experimental causou certo desestímulo aos agricultores, os quais esperavam uma demanda que ao menos viabilizasse as entregas. No entanto, a incerteza quanto ao sucesso da experiência não desmobilizou os agricultores que participaram na fase experimental, mesmo diante dos baixos pedidos. Durante a avaliação da fase experimental houve posicionamentos críticos das lideranças dos agricultores, que em alguns momentos afirmaram que as condições enfrentadas (especialmente o baixo volume de pedidos) tornavam a iniciativa inviável economicamente.

A atitude dos agricultores alinha-se à perspectiva da ação coletiva defendida por Ostrom (2007), que atribui à reputação e relações de reciprocidade componentes importantes para o comprometimento de indivíduos nas dinâmicas de atuação em grupo. Essa visão também se alinha aos postulados teóricos que dão centralidade ao enraizamento (*embeddedness*) nas relações sociais (GRANOVETTER, 2007). Esse comportamento pode-se atribuir à participação em experiências de CCC anteriores, bem como pela integração em uma rede de atores que compartilham valores em torno da promoção da agroecologia, e de sistemas alimentares sustentáveis (ROVER; RAMOS; MIRANDA, 2020). Sob a perspectiva teórica, o engajamento mais efetivo dos agricultores pode ser interpretado como resultado das relações estabelecidas entre as organizações produtoras e uma série de atores sociais, uma vez que eles possuem um histórico de atuação em iniciativas de CCC, articulados a uma rede de atores envolvidos com a temáticas da agroecologia, da agricultura familiar e o consumo responsável.

4.5.3 Para uma análise teórica do engajamento dos atores na construção de circuitos curtos de comercialização

A participação dos atores na construção da iniciativa de CCC permitiu verificar as três perspectivas teóricas, a partir dos aspectos que influem no engajamento, e consequentemente,

na ação coletiva. Tais aspectos expressaram-se de formas distintas, manifestando-se a partir da atuação dos atores nas dinâmicas em grupo; da interação social e arranjos institucionais constituídos na concepção das ações coletivas, ou fruto das redes e/ou laços sociais estabelecidas entre os indivíduos e grupos. Neste sentido, não faria sentido colocar as perspectivas teóricas como antagônicas ou excludentes, ao contrário, elas seriam complementares para analisar o caso empírico em questão. O Quadro 12 sumariza aspectos que influenciam o engajamento dos serviços de alimentação e agricultores na construção da iniciativa analisada.

Tanto os serviços de alimentação quanto os agricultores não apenas manifestaram interesses econômicos em torno da iniciativa, mas também preocupações ligadas a questões sociais e ambientais. No entanto, em termos práticos, o engajamento foi diferente, indicando que a conformação do envolvimento dos atores orienta-se e é influenciada de formas distintas. A princípio, a ausência de estímulos ao engajamento, especialmente os serviços de alimentação, compreende um aspecto que dificulta a efetiva participação de atores em iniciativas de CCC, especialmente se tratar-se de iniciativas em estágios iniciais, ou com atores pouco envolvidos com atores que atuam em dinâmicas prévias de ação coletiva.

Esses elementos reforçam a importância da atuação dos gestores e/ou mediadores em processos de ação coletiva em CCC (PASQUIER MERINO et al., 2022; CHEN et al., 2022), com foco especial na sensibilização e mobilização dos atores sociais. Este processo poderia ser potencializado a partir da mobilização de atores sociais com atuação mais próximos aos serviços de alimentação (aspecto abordado no artigo anterior), o que também favoreceria lógicas de reciprocidade e comprometimento, emergidas da relação face a face (OSTROM et al., 1999; OSTROM, 2007). Ademais, ela representaria ativação de atores de laços fracos, o que oportunizaria a ampliação repertórios para a efetivação da iniciativa de CCC.

A viabilidade econômica da proposta de compra-venda apresenta-se como uma condição essencial para o engajamento dos atores sociais em iniciativas de comercialização de alimentos, aspectos observados tanto com os serviços de alimentação quanto com os agricultores. Ficou evidente que o histórico de participação dos agricultores em redes de atores que protagonizam outras ações coletivas os condicionou a atuar de forma mais proativa, quando comparado aos serviços de alimentação, que na sua maioria não integra arranjos organizativos ligados a agroecologia e agricultura familiar. Isto de fato cria lógicas de compromisso e aumentam a confiança dos atores, necessários para que os envolvidos se mantenham engajados

na ação coletiva, reforçando o papel da comunicação face a face e da reputação em dinâmicas dessa natureza (SABOURIN, 2010).

Ademais, a dinâmica de engajamento pode ser lida a partir da natureza das relações estabelecidas entre os atores, o que expressa uma especificidade em relação às leituras da força dos laços fracos em processos de ação coletiva. No contexto da implementação de iniciativas de CCC, atores articulados por meio de laços fracos tendem a mobilizar-se por lógicas mais utilitaristas, uma vez que não compartilham valores, nem estão inseridos em dinâmicas de comunicação face a face. Nessa perspectiva, evidencia-se uma diferença importante entre esses laços fortes e fracos (RAUD-MATTEDI, 2005), uma vez que a ideia de uma superioridade dos laços fracos em processos de ação coletiva perde sentido, especialmente na análise de experiências em fase inicial. Em termos, isto reforça a importância de mediadores com capacidade de sensibilizar e mobilizar os atores a efetivamente engajarem-se em ações dessa natureza.

Quadro 12. Aspectos voltados ao engajamento dos atores na construção da iniciativa de circuitos curtos de comercialização.

Aspectos com influência no engajamento	Serviços de alimentação	Organizações de agricultores
Nível de interesse	Interesse em inserir alimentos orgânicos em suas preparações como forma de diferenciação de serviço, integrando iniciativa ligadas a agricultura orgânica. Manifestaram também interesse em apoiar agricultores locais, e preocupações ambientais.	Manifestações mais focadas na construção de novas iniciativas de comercialização. Busca por ampliação do acesso a canais de comercialização mais estáveis e rentáveis. Prevalência de valores ligados a promoção da agroecologia e da agricultura familiar.
Tamanho dos grupos	Número elevado de organizações de produtores ofertando produtos e em diferentes dias da semana (alta regularidade) não mostrou efeito positivo no engajamento dos serviços de alimentação.	Número reduzido de serviços de alimentação, associado ao baixo volume de pedidos, mostrou-se como desestímulo aos agricultores participantes. Nesses termos, maiores contribuições (pedidos) representariam estímulo aos produtores.
Incentivos	Foco essencialmente em preços atrativos, associado à diversidade e qualidade e regularidade dos produtos.	Expectativa em acessar entrepostos que adquiram produtos com elevada frequência e em grandes volumes.
Construção de normas e regras	Demonstraram passividade na definição dos detalhes de funcionamento da iniciativa. No entanto, avaliaram ser necessário mudanças (diversidade mínima de produtos, política de preços, prazos para pagamento).	Protagonismo na definição dos detalhes de funcionamento. Apresentaram questões e experiências anteriores para apoiar a construção da proposta. Assumiram mais responsabilidades no processo (atualização da lista de produtos, organização dos pedidos, transporte, etc.)

<i>Embeddedness</i>	Maioria dos participantes não está inserida na dinâmica das organizações e redes preexistentes, atuantes na promoção da agroecologia, agricultura familiar e consumo responsável.	As organizações participantes integram a Rede Ecovida de Agroecologia e beneficiam-se de ações em torno de CCC, como a venda de seus produtos na experiência das Células de Consumidor Responsáveis.
Laços fortes e fracos	Maioria não articulada previamente em iniciativas do tipo, sem demonstração de comprometimento com a iniciativa ou com os demais participantes (laços fracos). Atuação limitada à compra de produtos (pequenos volumes). Pouca disposição em apoiar o processo. Necessária maior sensibilização/mobilização.	A atuação conjunta em ações anteriores bem-sucedidas mostrou efeito positivo no engajamento dos agricultores. Demonstração de comprometimento para o bom funcionamento da experiência, mesmo expressando críticas aos resultados imediatos. Menor necessidade de sensibilização/mobilização.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

4.6 CONCLUSÕES

O engajamento dos atores na concepção e experimentação de iniciativas de CCC constitui um tópico pouco explorado pelos estudos sobre o tema. Partindo das perspectivas teóricas da ação coletiva, enquanto componente fundamental na análise da constituição de inovações sociais, este artigo objetivou analisar o engajamento de atores na construção de iniciativa de circuitos curtos de comercialização, entendendo-as enquanto ação coletivas com potencial de tornarem-se inovações sociais.

Os dados permitem concluir que a atuação desses atores é conformada mediante perspectivas (des)mobilizadoras, que por vezes, podem responder a cálculos de custo-benefício de se engajar em uma ação coletiva, perspectiva relacionada à teoria de mobilização de recursos. Em outras ocasiões, aparece motivada pelo compartilhamento de valores e interesses entre os atores envolvidos, materializados na disposição em estabelecer regras de funcionamento mais ou menos adequadas às condições dos participantes. Por vezes, essa atuação resulta de relações sociais previamente estabelecidas ou pelo enraizamento social (*embeddedness*), resultante da confiança estabelecida entre os atores (capital social) e lógicas de reciprocidade fruto de experiências coletivas vivenciadas anteriormente. Nesse sentido, fica evidente o caráter complementar das perspectivas teóricas da ação coletivas, as quais interseccionam-se em alguns contextos, mas isoladamente perdem poder explicativo em função da complexidade em torno da construção da iniciativa de CCC estudada.

Embora essa confluência de fatores seja marcante, por um lado, o engajamento dos atores mostrou-se limitado por questões ligadas à viabilidade econômica da iniciativa de CCC,

especialmente os serviços de alimentação, sendo estes mais distantes ou alheios aos valores e objetivos da rede de atores locais. Em termos mais utilitaristas, por mais altruísta que seja a iniciativa e/ou os valores compartilhados, os atores buscam efetivar ganhos econômicos a partir de sua participação, e veem-se desestimulados em condições que não concretizem tais expectativas. Nesse sentido a atuação dos indivíduos será influenciada pelas expectativas em relação aos ganhos e custos em torno da participação na ação de compra/venda.

Por outro lado, atores já inseridos em redes locais e a processos coletivos ligados à agroecologia e em outros CCC, tendem a manter-se engajados proativamente na compra/venda experimental, mesmo tendo demonstrado críticas à iniciativa. Isto reforça o papel o enraizamento em redes locais e das relações de reciprocidade no engajamento dos atores, o que pode desempenhar papel fundamental no desenvolvimento de iniciativas de CCC, especialmente em fases iniciais quando os resultados econômicos podem não ser tão satisfatórios.

Ademais, o estudo reforça a importância da atuação dos gestores/mediadores em processos de ação coletiva em torno de CCC. Nesse sentido, verifica-se pertinente uma atuação sistemática em torno da sensibilização e mobilização dos atores envolvidos, especialmente os externos ou com relações sociais mais distantes (conectados por laços fracos). O movimento, neste caso, expressar-se-ia a partir do fortalecimento desses laços fracos, em termos de integração de atores, disseminação de valores e na ativação de novas lógicas de reciprocidade, mecanismos capazes de aprofundar dinâmicas de comprometimento e engajamento.

4.7 CONTRIBUIÇÕES ANALÍTICAS PARA A TESE

Este artigo contribui analiticamente para a tese ao lançar luz sobre a complexidade inerente ao engajamento dos atores na construção de experiências de CCC, evidenciando que tal engajamento não pode ser compreendido de maneira simplista. A análise revelou que a participação dos atores é influenciada por uma combinação de fatores que variam desde motivações econômicas até a inserção em redes sociais locais, sendo que estas influências por vezes se mostram complementares e em outras concorrentes. Esse entendimento sugere que a efetivação de inovações sociais através de CCC depende não apenas da mobilização de recursos e da expectativa de ganhos econômicos, mas também do fortalecimento de laços sociais e da confiança entre os participantes. Ademais, o estudo evidencia uma importante dimensão analítica na construção de inovações sociais em CCC, a dimensão da agência dos atores sociais

imbuídos no desenvolvimento do processo inovador. Ou seja, um campo de atuação dos gestores e mediadores, e explora suas capacidades em articular, integrar e mobilizar o envolvimento e engajamento de indivíduos e grupos na materialização da inovação, garantindo o sucesso e a sustentabilidade das iniciativas de CCC, especialmente em suas fases iniciais.

5 CONCLUSÕES GERAIS DA TESE E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tem sido atribuído aos circuitos curtos de comercialização de alimentos a capacidade de gerar inovações sociais capazes de promover transformações substanciais nos sistemas agroalimentares. Esse fenômeno se justifica por essas experiências de aproximação entre os elos da produção e consumo estabelecerem-se a partir de variadas formas e níveis de cooperação, e possibilitar a reconfiguração das relações de poder entre os envolvidos na dinâmica de produção, abastecimento e consumo. Ademais, essas iniciativas promovem maior controle dos consumidores sobre as qualidades e procedência dos alimentos, sendo essas necessidades sociais, resultado da crescente preocupação dos consumidores em relação aos riscos atrelados ao modelo agroalimentar hegemônico e suas consequências à saúde, ao meio ambiente e a reprodução social dos atores envolvidos.

No entanto, pouco se avançou em compreender de que maneira as dinâmicas socio-organizativas em torno da construção de iniciativas de CCC podem favorecer a emergência de inovações sociais, como experiências bem-sucedidas que gerem mercados rentáveis e estáveis para os agricultores e suas organizações, assim como o acesso a alimentos de qualidade superior aos consumidores. Soma-se a isto, o fato de a literatura sobre essas iniciativas ter avançado mais nas relações produção/consumo, e pouco ter explorado como outros atores dos sistemas agroalimentares envolvem-se na construção de inovações. Os serviços de alimentação, entendidos enquanto empreendimentos comerciais que atuam na produção e comercialização de refeições, compreendem atores pertinentes para análises em torno da construção de CCC, uma vez que apresentam uma demanda agregada capaz que ampliar o acesso de agricultores orgânicos a novos mercados.

Nesse contexto, a tese buscou analisar a dinâmica socio-organizativa na construção de uma iniciativa de circuitos curtos de comercialização de alimentos com potencial inovador, envolvendo serviços de alimentação e organizações de agricultores orgânicos do entorno de Florianópolis. Para tanto, desenvolveu-se uma pesquisa-ação orientada a responder a seguinte pergunta: *“Quais aspectos impactam na construção de processos de ação coletiva para a geração de inovação social em circuitos curtos de comercialização entre organizações de agricultores e serviços de alimentação?”*. Nesse sentido, o foco analítico centra-se nas dinâmicas, condicionantes e conjunturas através das quais distintos atores mobilizam-se para,

coletivamente, construir experiências de comercialização de alimentos, capazes de gerar impactos e transformações significativas no sistema agroalimentar em dado território.

O estudo evidencia a influência de três elementos gerais que interferem na construção de inovações sociais em torno de iniciativas de CCC de alimentos. O primeiro constitui os aspectos econômicos que orientam as relações comerciais. O segundo corresponde às infraestruturas em torno da atuação dos setores, sejam elas matérias (como, por exemplo, os componentes logísticos) ou sociais, referindo-se as relações e os produtos oriundos das interações entre os atores sociais. Por fim, o terceiro compreende os aspectos da atuação dos atores sociais imbuídos no desenvolvimento da iniciativa (desde a concepção, experimentação até a animação de entidades de apoio e o público de interesse).

Sob a perspectiva teórico-analítica, apreendeu-se que a construção de inovações sociais em torno de CCC compreende um processo atravessado por três dimensões, as quais impactam na dinâmica dos atores envolvidos, e consequentemente, no desenvolvimento das iniciativas (conforme a Figura 8). A primeira compreende uma dimensão mercadológica, abrangendo o conjunto de fatores condicionantes para o envolvimento dos indivíduos e seus empreendimentos em iniciativas que materializam relações comerciais, ou seja, as condições para a efetivação da aquisição e venda de alimentos entre serviços de alimentação e agricultores. Este seria o componente associado a comportamentos utilitaristas dos envolvidos.

Vários aspectos que corroboram essa dimensão, sendo identificados nas condicionantes dos serviços de alimentação para participarem de experiências de CCC – preços adequados, intensa regularidade de entrega, elevada diversidade de produtos, e volume de alimentos disponíveis, etc. Evidenciou-se também que a maioria dos serviços de alimentação mostraram discordância em aumentar seu trabalho em função da participação em experiências de CCC (como deslocar-se para o recebimento dos alimentos adquiridos ou de promover mudanças nos cardápios para atender a sazonalidade da produção local). Elementos dessa natureza também foram evidenciados na fase de compra experimental, quando questões ligadas ao preço dos alimentos, à sua qualidade, condições de pagamento etc., foram apontadas enquanto coisas a serem aprimoradas na iniciativa. A baixa no volume de pedidos compreendeu expressão desses aspectos, que por sua vez, condiciona a atuação dos agricultores, mas também é o resultado do atendimento às expectativas ou condições requeridas pelos serviços de alimentação.

De modo geral, a dimensão mercadológica aporta entendimentos sobre a interação entre perspectivas altruístas e outras mais utilitaristas na construção de iniciativas de CCC. O estudo aponta que há uma confluência indissociável entre objetivos associados a questões sociais e ambientais – como o fortalecimento de experiências de agricultura orgânica/agroecológica ou a promoção de práticas de consumo mais sustentáveis – com outros objetivos que buscam por manter/aumentar lucratividade e acessar produtos diferenciados e a mercados sob condições favoráveis. Em se tratando de estabelecimentos comerciais, caso dos serviços de alimentação, aspectos mais utilitaristas devem ser contemplados, com o intuito de evitar que simplesmente os atores optem por não colaborar com as novas iniciativas, em função de expectativas não atendidas.

Nessa perspectiva, o interesse dos envolvidos ou a demonstração de condições para a emergência da iniciativa não garante que ela irá ocorrer de maneira a responder adequadamente as questões para as quais foi concebida. Nesses termos, a garantia de efetiva participação de agricultores, e especialmente dos serviços de alimentação, estaria associada ao aporte de benefícios e/ou incentivos claramente observáveis, ou na ausência destes, de um processo de sensibilização dos atores como forma de mobilizá-los a ação colaborativa. Esse entendimento alinha-se à perspectiva teórica da mobilização de recursos, na qual a ação coletiva necessariamente lidaria com os custos e vantagens em torno de ações coletivas potencialmente inovadoras.

Cabe refletir que a existência de interesses individuais não deve ser interpretada enquanto à condenação das iniciativas ao fracasso. A esse respeito, os aspectos teóricos das inovações sociais enfatizam a importância de se lidar com distintos interesses. O alinhamento de distintos objetivos e expectativas para a concepção visões comuns seriam capazes de gerar condições para a emergência de experiências virtuosas, o que revela a centralidade dos atores mediadores nesses processos colaborativos.

No entanto, em termos empíricos os atores sociais não são entes exclusivamente calculistas e alheios às dinâmicas socio-organizativas locais. Nesse sentido, o estudo também evidencia uma dimensão socioestrutural, que abrange os arranjos locais, dinâmicas socio-organizativas e trajetórias inovadoras, apresentando-os como oportunos para alavancar processos de inovação social. Isto indica que em contextos em que haja iniciativas preexistentes e atores articulados em torno dessas ações poderão desempenhar um papel decisivo na emergência de inovações.

O estudo demonstra como inovações preexistentes – lidas enquanto trajetórias de inovações sociais – contribuem para a emergência de novas soluções inovadoras. Em contextos em que ocorram tais trajetórias, pode-se acessar os vínculos sociais, a confiança (capital social), recursos compartilhados e aprendizados coletivos, que podem facilitar a constituição de novas propostas de inovação. Nesse contexto, ao dispor de recursos tangíveis e intangíveis, elas podem oportunizar novos passos na dinâmica inovativa no território, uma vez que pode mobilizar elementos facilitadores desse processo.

Associado ao aspecto anterior, evidencia-se também as redes de atores como arranjos sociais passíveis de serem mobilizadas para a geração de inovações sociais. Redes locais ganham centralidade nessa reflexão, pois os atores vinculados a elas tendem a mobilizar-se de forma mais proativa e facilitada. Isto ficou evidente ao observar o protagonismo dos atores com atuação no espaço rural – agricultores e entidades articuladas a eles. Conforme evidenciado no estudo, as redes e seus atores aportam contribuições para o desenvolvimento de iniciativas de CCC – divulgação, sensibilização, acompanhamento, avaliação, etc. Ademais, percebe-se que o enraizamento em dinâmicas organizativas desta natureza gera lógicas de compromisso que influenciam os atores a colaborarem com as ações desenvolvidas no âmbito da rede, aspecto evidente na atuação proativa dos agricultores na fase de compra experimental, mesmo tendo demonstrado críticas ao funcionamento da ação.

Esses aspectos compreendem as estruturas sociais nas quais as iniciativas inovadoras podem ser forjadas. Nessas infraestruturas emergem importantes artificios, tais como o compartilhamento de recursos, aprendizados coletivos, reputação, lógicas de reciprocidade, confiança, dentre outros. No entanto, os aspectos que constituem a dimensão socioestrutural (rede de atores, dinâmicas socio-organizativas e trajetórias de inovações) nem sempre se apresentam disponíveis, a serem prontamente acessados na construção de iniciativas de CCC. Os atores envolvidos diretamente na iniciativa nem sempre estão articulados às dinâmicas locais, compartilhando valores, confiança e lógicas de reciprocidade – caso dos serviços de alimentação, cujo a maioria não possuía vínculo com iniciativas de CCC ou redes de atores com atuação na promoção dessas experiências.

A este respeito, a ação coletiva aporta interessantes elementos para o entendimento de como esses arranjos poderiam oportunizar novas ações, facilitando e fortalecendo-as. Aspectos como a reciprocidade, interação face a face, reputação e confiança depõem para a importância de se identificar esses arranjos e ações nos contextos empíricos, com intuito de mobilizar

ferramentais úteis para o desenvolvimento de ações baseadas na cooperação entre os indivíduos. As redes de atores locais/regionais – como a RCA da Grande Florianópolis – exemplificam o quão férteis essas estruturais podem ser, ao aportar valiosas contribuições ao processo. Nesse sentido que se atribui a arranjos interorganizacionais o potencial de tornarem-se ecossistemas de inovação social.

A partir desta constatação, o estudo evidencia uma dimensão ligada à agência, orientada para o estabelecimento de estratégias para a articulação, sensibilização e mobilização dos atores sociais para a construção de inovações em CCC. Isto porque, as análises evidenciam que por si só as trajetórias, dinâmicas e arranjos de atores locais não são capazes de catapultar processos de ação coletiva potencialmente inovadoras. Esta constatação dá centralidade aos atores locais que atuam na mobilização e mediação nos processos associativos e colaborativos, atentando-se para as circunstâncias através das quais pode-se promover, intensificar e/ou efetivar o envolvimento de indivíduos e grupos. O estudo evidenciou a necessidade de articular e mobilizar atores com atuação próxima aos serviços de alimentação, que poderia contribuir para um maior engajamento deste público na construção da iniciativa. É a partir dessa atuação que se cooptaria ou aproximaria os públicos de interesse, sensibilizando-os para a efetivamente participar na construção de inovações sociais em CCC.

A partir dos elementos expostos nesta tese, defende-se que a construção de inovações sociais em torno de CCC compreende um processo complexo, sendo necessário lidar com variados elementos, especialmente promovendo a articulação, sensibilização e mobilização de diferentes atores sociais, que se distingue de outras inovações pela complexidade que envolve processos comerciais de alimentos, mesmo em contextos de aproximação entre a produção e o consumo. O envolvimento dos atores na dinâmica comercial é influenciado pela busca de garantir/ampliar seus ganhos e reduzir de custos, aspectos indispensáveis para o efetivo envolvimento dos atores. Nesse sentido, a busca por contemplar questões altruístas – como valorização dos agricultores, fortalecimento de cadeias alimentares territorializadas, fortalecimento de iniciativas promotoras da agroecologia e da agricultura orgânica, promoção de práticas de consumo alimentar mais responsáveis e sustentáveis, dentre outras – deve caminhar de forma indissociável da necessária viabilidade econômica da ação colaborativa, processo em que faz-se necessária a atuação de atores facilitadores da dinâmica inovadora.

Ademais, nem sempre os sujeitos a serem inseridos nesse processo compartilham de valores altruístas, ou estão inseridos em dinâmicas socio-organizativas que abordem ou

problematizem tais questões. Nesses casos, os atores que atuam na mediação da construção de iniciativas de CCC – os gestores da ação coletiva – devem buscar estratégias para que o desenvolvimento da proposta inovadora ocorra. Tais medidas podem e devem extrapolar a noção de mediação entre os agentes em interação comercial – na definição de condições que incentivem a relação comercial como preços, condições de pagamento, padronização e qualidade dos produtos, etc.). Nesse sentido, faz-se necessário articular, sensibilizar e mobilizar as redes de atuação com o público de interesse ou beneficiário da iniciativa, especialmente atores [ainda] externos às dinâmicas socio-organizativas, integrando as ações e concebendo objetivos comuns que forneçam estímulos ou incentivos capazes de ampliar o engajamento do público-alvo nas iniciativas de CCC, especialmente os serviços de alimentação.

Além disso, os próprios contextos socio-organizativos tendem a oportunizar a emergência de iniciativas. Em maiores ou menores níveis de desenvolvimento, os territórios possuem experiências em andamento, atores articulados a essas ações (com lógicas de confiança e reciprocidade), recursos mobilizáveis e aprendizados coletivos a serem apropriados na configuração de novas inovações. Nessa perspectiva, a trajetória de inovações, resultado da histórica participação de vários atores sociais em dinâmicas organizativas em torno de CCC, apresenta-se como aspecto chave no desenvolvimento de experiências bem-sucedidas, especialmente se utilizada na articulação, sensibilização e mobilização dos novos atores envolvidos nessa dinâmica. Ficou evidente que experiências como a Rede Ecovida de Agroecologia, as Células de Consumidores Responsáveis e outras experiências empreendidas no âmbito dos atores geram recursos materiais e humanos, elementos iniciais para desenvolver novas ações em CCC.

O estudo apresenta algumas limitações, que na maioria das vezes resultam de escolhas metodológicas da pesquisa ou de condições limitadas para a efetivação do trabalho. A primeira dessas limitações corresponde ao fato de o estudo ter sido desenvolvido no contexto da pandemia do Covid-19, o que limitou a uma atuação à distância, e impactou negativamente a coleta de dados, especialmente em termos das técnicas participativas que possibilitariam informações acuradas.

A segunda limitação pode estar associada à abordagem metodológica empreendida no estudo. Inegavelmente, a pesquisa-ação compreende uma abordagem capaz de oportunizar análises críticas em relação a práticas desenvolvidas, e gerar reflexões em relação as estratégias de ação adotadas no âmbito do objeto de estudo. No entanto, a capacidade da equipe de pesquisa

em manter os coparticipantes da pesquisa animados no processo de construção do conhecimento compreende um dos principais desafios observados neste tipo de abordagem metodológica.

A experiência da atuação em campo, mostrou que por vezes, as condições previamente planejadas (o desenho da pesquisa) acabam-se tornando inviáveis, em função do nível de envolvimento dos sujeitos no desenvolvimento da pesquisa-ação. Essas questões se não contornadas podem prejudicar a qualidade na obtenção dos dados. Um exemplo nesse estudo que evidenciou esse aspecto foi a reorganização do planejamento para um estudo qualitativo em função na restrita participação dos serviços de alimentação nas fases iniciais do estudo. Essa mudança compreende uma limitação, pois um estudo mais abrangente (com amostra mais representativa) possibilitaria melhor compreender o potencial em torno dos serviços de alimentação para a comercialização de produtos da agricultura familiar local, subsidiando os atores interessados na construção de estratégias para este fim.

Entretanto, essas limitações também podem ser percebidas como campos oportunos para o desenvolvimento de novas pesquisas, com o intuito de melhor compreender em que medida essa aproximação agricultores e serviços de alimentação pode se tornar positivamente sinérgico pra ambos os campos de atuação. Nesse sentido, algumas frentes de pesquisa apresentam-se como férteis para melhor subsidiar a rede de atores imbuídos na construção de inovações no campo da comercialização de alimentos orgânicos da agricultura familiar. Uma frente representa estudos que possam analisar o potencial produtivo dos agricultores orgânicos da Grande Florianópolis, e suas capacidades em termos de infraestrutura e logística. Desse modo, poder-se-ia melhor compreender quais oportunidades e que aspectos limitantes seria necessário o investimento dos atores sociais e políticos do território.

Uma outra frente consistiria na investigação mais abrangente de entrepostos com potencial em integrar-se a experiências deste tipo. Nesse sentido, estudos em loco poderiam aportar conhecimentos sobre a dinâmica administrativa e operacional dos empreendimentos que atuam na produção de refeições, como distintas políticas de aquisição de alimentos impactam essas esferas, e quais estratégias de marketing adotadas na divulgação de seus produtos aos consumidores. Nessa perspectiva, estudos desse tipo poderiam subsidiar a articulação de distintos incentivos capazes de aproximar esse segmento estratégico para o desenvolvimento das iniciativas de produção concernentes com a abordagem da agroecologia.

Ademais, as três dimensões identificadas – mercadológica, socioestrutural e de agência – não influenciam no processo de forma isolada, mas interagem e se afetam de maneira

complexa. A dinâmica mercadológica, por exemplo, pode ser profundamente influenciada pelos aspectos da dimensão socioestrutural, uma vez os padrões relacionais estabelecidos pelos atores locais tendem a modificar a ação dos indivíduos, mesmo em de dinâmicas mercantis. Da mesma forma, a dimensão da agência, a partir da atuação dos atores em mobilizar recursos e sensibilizar participantes é fortemente condicionada pelas redes sociais e estruturas existentes, que tendem a gerar mudanças nas formas em que os gestores desses processos atuam no desenvolvimento das iniciativas. Essa interdependência sugere que as inovações sociais em CCC requerem uma abordagem holística, onde as ações em uma dimensão reverberam nas outras. Isto evidencia mais uma outra oportunidade para novas pesquisas, como forma de avançar com proposições teóricas mais abrangentes, e lançando luz sobre a perspectiva de retroalimentação entre as dimensões analíticas, e as circunstâncias com as quais elas interferem mais intensamente no processo inovador.

Em síntese, o estudo aponta para a necessidade de uma abordagem integrada que considere as dimensões mercadológicas, socioestruturais e de agência. Ao reconhecer a interdependência entre essas dimensões e a importância do apoio contínuo do estado e de instituições com atuação na temática da alimentação, identificam-se caminhos promissores para a ampliação de iniciativas de CCC com potencial de promover transformações em sistemas alimentares locais/regionais. O caso da região da Grande Florianópolis demonstra como os desafios e circunstâncias enfrentadas pelos atores podem tanto limitar quanto oportunizar o desenvolvimento de iniciativa com potencial de inovação, refletindo a importância das dinâmicas locais e das redes de apoio nesse processo. Assim, as reflexões e *insights* apresentados ao longo desta tese contribuem para um melhor entendimento das possibilidades e limitações inerentes à construção de mercados alternativos e mais próximos entre produtores e consumidores, explorando outras possibilidades, como o caso da alimentação fora de casa.

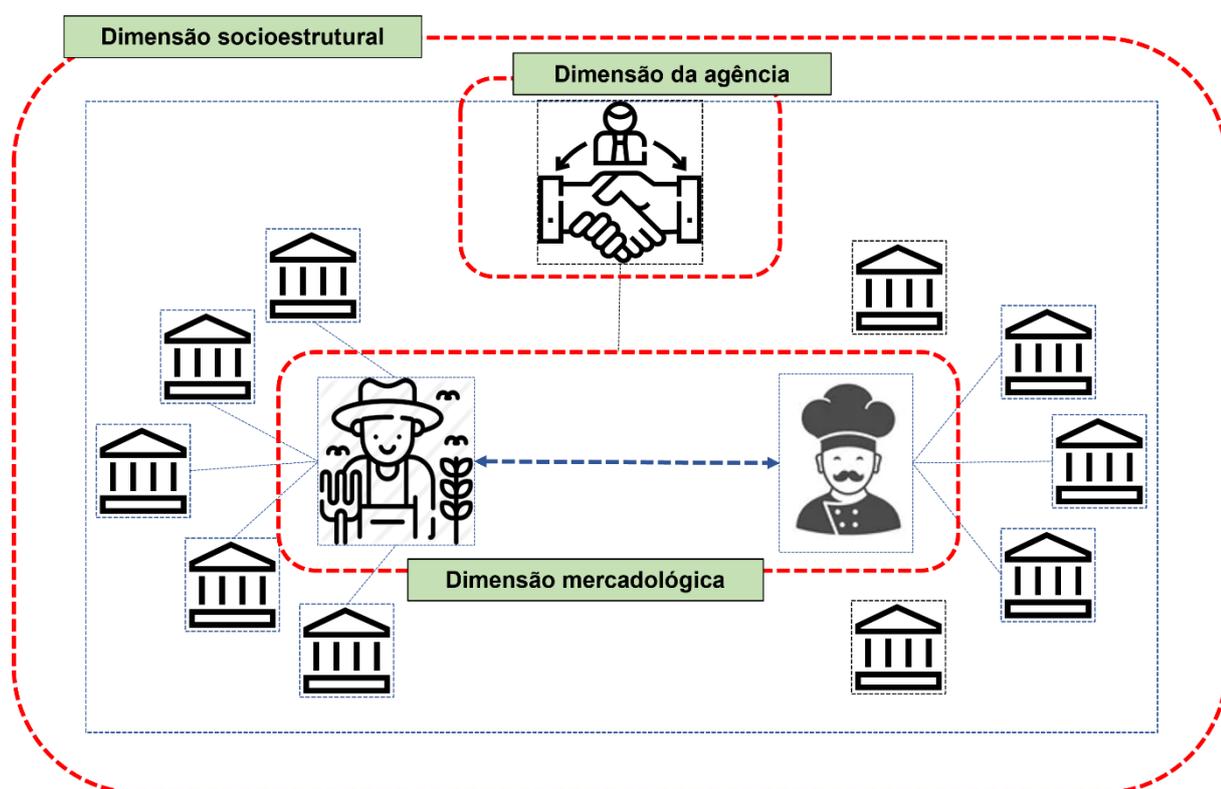


Figura 8. Representação simplificada das dinâmicas socio-organizativas em torno de circuitos curtos de comercialização entre serviços de alimentação de agricultores.
Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

REFERÊNCIAS

- AGOSTINI, M. et al. An Overview On Social Innovation Research: Guiding Future Studies. **Brazilian Business Review**, v. 14, n. 4, p. 385–402, 2017.
- ALBERIO, M.; MORALLI, M. Social innovation in alternative food networks. The role of co-producers in Campi Aperti. **Journal of Rural Studies**, v. 82, n. October 2020, p. 447–457, 2021.
- ALCAIDE LOZANO, V. et al. ‘Understanding the effects of social capital on social innovation ecosystems in Latin America through the lens of Social Network Approach’. **International Review of Sociology**, v. 29, n. 1, p. 1–35, 2 jan. 2019.
- ALCOFORADO, I. G. Elinor Ostrom e a economia ecológica: uma nota. **Boletim da Sociedade Brasileira de Economia Ecológica**, v. 21, n. January, 2009.
- ALÉSSIO, B. C.; ROVER, O. J. O desenvolvimento regional como processo de encadeamento de dinâmicas organizativas e trajetórias tecnológicas: o caso da Região Oeste Catarinense. **Redes**, v. 19, n. 3, p. 113–129, 2014.
- ALTIERI, M. **Agroecologia: bases científicas para uma agricultura sustentável**. 3. ed. Rio de Janeiro: Expressão Popular/AS-PTA, 2012.
- ANDION, C. et al. Sociedade civil e inovação social na esfera pública: Uma perspectiva pragmatista. **Revista de Administração Pública**, v. 51, n. 3, p. 369–387, 2017.
- ANDION, C. et al. Social innovation ecosystems and sustainability in cities: a study in Florianópolis, Brazil. **Environment, Development and Sustainability**, v. 24, n. 1, p. 1259–1281, 1 jan. 2022.
- ANDION, C.; ALPERSTEDT, G. D.; GRAEFF, J. F. Ecosistema de inovação social, sustentabilidade e experimentação democrática: um estudo em Florianópolis. **Revista de Administração Pública**, v. 54, n. 1, p. 181–200, jan. 2020.
- ANDRÉ, I.; ABREU, A. Dimensões e espaços da inovação social. **Finisterra**, v. XLI, n. 81, p. 121–141, 2006.
- AREND, M.; CARIO, S. A. F.; ENDERLE, R. A. Instituições, inovações e desenvolvimento econômico. **Pesquisa & Debate**, v. 23, n. 41, p. 110–133, 2012.
- AUDRETSCH, D. B.; EICHLER, G. M.; SCHWARZ, E. J. Emerging needs of social innovators and social innovation ecosystems. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 18, n. 1, p. 217–254, 1 mar. 2022.
- AUDY, J. A inovação, o desenvolvimento e o papel da Universidade. **Estudos Avançados**, v. 31, n. 90, p. 75–87, 2017.

- AYOB, N.; TEASDALE, S.; FAGAN, K. How social innovation “Came to Be”: Tracing the evolution of a contested concept. **Journal of Social Policy**, v. 45, n. 4, p. 635–653, 2016.
- BACKES, D. S. et al. Grupo focal como técnica de coleta e análise de dados em pesquisas qualitativas. **Mundo da Saude**, v. 35, n. 4, p. 438–442, 2011.
- BAHIA, L. et al. The costs of overweight and obesity-related diseases in the Brazilian public health system: cross-sectional study. **BMC Public Health**, v. 12, n. 440, p. 1–7, 2012.
- BALDWIN, C.; WILBERFORCE, N.; KAPUR, A. Restaurant and food service life cycle assessment and development of a sustainability standard. **International Journal of Life Cycle Assessment**, v. 16, n. 1, p. 40–49, 2011.
- BARBIERI, J. C. et al. Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. **Revista de Administração de Empresas**, v. 50, n. 2, p. 146–154, 2010.
- BATAGLIN, J. C. et al. Inovação Social: um Estudo da Publicação Científica Internacional por meio da Análise de Redes. **BBR. Brazilian Business Review**, v. 18, n. 4, p. 450–467, 2021.
- BERNARDI, B. B. O conceito de dependência da trajetória (path dependence): definições e controvérsias teóricas. **Perspectivas**, v. 41, n. jan./jun., p. 137–167, 2012.
- BIANCHI, Á. Empresários e ação coletiva: notas para um enfoque relativo. **Revista de Sociologia e Política**, n. 28, p. 117–129, 2007.
- BIANCHINI, V. U. et al. Criteria adopted for school menu planning within the framework of the Brazilian school feeding program. **Revista de Nutrição**, v. 33, p. 1–13, 2020.
- BIGNETTI, L. P. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 47, n. 1, p. 3–14, 2011.
- BITTENCOURT, B. DE L.; RONCONI, L. F. DE A. Políticas de inovação social e desenvolvimento: O caso da Bolsa de Terras. **Revista de Administração Pública**, v. 50, n. 5, p. 795–817, 2016.
- BOCK, B. B. Social innovation and sustainability; how to disentangle the buzzword and its application in the field of agriculture and rural development. **Studies in Agricultural Economics**, v. 114, p. 57–63, 2012.
- BORJA, R. M. et al. Sistemas alimentares locais: um caso de sucesso entre consumidores urbanos do Equador. **Agriculturas: Experiências em Agroecologia**, v. 10, n. 2, p. 26–31, 2013.
- BORSATTO, R. S. et al. Public procurement as strategy to foster organic transition: Insights from the Brazilian experience. **Renewable Agriculture and Food Systems**, v. 35, n. 6, p. 688–696, 2020.

BOSWORTH, G. et al. Identifying social innovations in European local rural development initiatives. **Innovation: The European Journal of Social Science Research**, v. 29, n. 4, p. 440–459, 2016.

BRAGAGLIA, F. ‘Let’s do it together’: fostering social innovation through a university-community collaboration. The ‘Grandangolo’ project in the Aurora neighbourhood in Turin. **Urban Research and Practice**, v. 16, n. 2, p. 301–305, 2023.

BRANDENBURG, A.; LAMINE, C.; DAROLT, M. Institucionalização do movimento ecológico na agricultura: mercado e reorganização dos atores sociais. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 21, n. 2, p. 221–247, 2013.

BROWN, C.; MILLER, S. The impacts of local markets: A review of research on farmers markets and community supported agriculture (CSA). **American Journal of Agricultural Economics**, v. 90, n. 5, p. 1296–1302, 2008.

BRUNORI, G.; ROSSI, A.; MALANDRIN, V. Co-producing Transition: Innovation Processes in Farms Adhering to Solidarity-based Purchase Groups (GAS) in Tuscany, Italy. **International Journal of Sociology of Agriculture and Food**, v. 18, n. 1, p. 28–53, 2010.

BÚRIGO, F. L. **Cooperativa de crédito rural: agente de desenvolvimento local ou banco comercial de pequeno porte?** Chapecó: Editora Argos, 2007.

CAPELLESSO, A. J.; CAZELLA, A. A. Entre a especialização produtiva e a agroecologia: estratégias de reprodução social de agricultores familiares da Região Extremo Oeste Catarinense. **Sustentabilidade em Debate**, v. 6, n. 2, p. 33, 2015.

CARRIERI, M.; PUGAS, A. DA S.; ROVER, O. J. Células de Consumidores Responsáveis: universidade pública e atores/as sociais rurais e urbanos na construção de inovações sociais em torno do agroalimentar. **Rizoma Freireano**, v. 34, n. 1, 2023.

CASTELO, J. L. **Ecosistema de inovação social, desenvolvimento comunitário e microcrédito: proposição de um framework**. 2023. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria. Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2023.

CASTRO-ARCE, K.; VANCLAY, F. Transformative social innovation for sustainable rural development: An analytical framework to assist community-based initiatives. **Journal of Rural Studies**, v. 74, n. January 2019, p. 45–54, 2020.

CAULIER-GRICE, J. et al. **Defining Social Innovation Proyecto TEPSIE**. 2012.

Disponível em: <<http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/12/TEPSIE.D1.1.Report.DefiningSocialInnovation.Part-1-defining-social-innovation.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2021.

CEFAÏ, D. Como nos mobilizamos? A contribuição de uma abordagem pragmatista para a sociologia da ação coletiva. **Dilemas - Revista de Estudos de Conflito e Controle Social**, v. 2, n. 4, p. 11–48, 2008.

CHEN, C. et al. An observation over the rural-urban re-connecting process based on the Alternative Food Network (AFN) in China—from the perspective of ‘social capital’. **Habitat International**, v. 130, 1 dez. 2022.

CHIFFOLEAU, Y. et al. The participatory construction of new economic models in short food supply chains. **Journal of Rural Studies**, v. 68, n. February, p. 182–190, 2019.

CHIFFOLEAU, Y.; LOCONTO, A. Social Innovation in Agriculture and Food: Old Wine in New Bottles? **Jrnl. of Soc. of Agr. & Food**, v. 24, n. 3, p. 306–317, 2018.

CHIFFOLEAU, Y.; PATUREL, D. Les circuits courts alimentaires pour tous , outils d’analyse de l’innovation sociale. **Innovations**, v. 50, n. 2, p. 191–210, 2016.

CHIFFOLEAU, Y.; PREVOST, B. Les circuits courts, des innovations sociales pour une alimentation durable dans les territoires. **Noréis**, n. 224, p. 7–20, 2012.

COLASANTI, K. J. A.; MATTS, C.; HAMM, M. W. Results from the 2009 Michigan Farm to School Survey: Participation Grows from 2004. **Journal of Nutrition Education and Behavior**, v. 44, n. 4, p. 343–349, 2012.

CORREIA, S. É. N. et al. As organizações da sociedade civil e suas relações interinstitucionais nas inovações sociais. **Gestão & Regionalidade**, v. 38, n. 114, 27 maio 2022.

CUNHA, J. et al. Social innovation projects link to sustainable development goals: case of Portugal. **International Journal of Sustainable Development and World Ecology**, v. 29, n. 8, p. 725–737, 2022.

DA SILVA, A. P. F.; DE SOUSA, A. A. Alimentos orgânicos da agricultura familiar no Programa Nacional de alimentação Escolar do Estado de Santa Catarina, Brasil. **Revista de Nutricao**, v. 26, n. 6, p. 701–714, nov. 2013.

DANTAS, C. et al. SHAFE Mapping on Social Innovation Ecosystems. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 20, n. 1, 1 jan. 2023.

DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos Ecológicos: reconectando produtores e consumidores. *In*: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L. DE; VEZZANI, F. M. (Org.). **Agroecologia: Práticas, Mercados e Políticas para uma Nova Agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013. p. 139–170.

DAROLT, M. R. et al. Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. **Sociedade & Ambiente**, v. 19, n. 2, p. 1–22, 2016.

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

DENTZ, B. G. Z. VON; BENDER, P. M. Um novo olhar sobre a definição de circuitos curtos de produção e comercialização: situações na região da Grande Florianópolis. **CAMPO-TERRITÓRIO: revista de geografia agrária**, v. 11, n. 24, p. 156–174, 2016.

DILSHAD, R. M.; LATIF, M. I. Focus Group Interview as a Tool for Qualitative Research: An Analysis. **Pakistan Journal of Social Sciences**, v. 33, n. 1, p. 191–198, 2013.

DOMANSKI, D.; HOWALDT, J.; KALETKA, C. A comprehensive concept of social innovation and its implications for the local context—on the growing importance of social innovation ecosystems and infrastructures. **European Planning Studies**, v. 28, n. 3, p. 454–474, 3 mar. 2020.

DUBUISSON-QUELLIER, S.; LAMINE, C.; LE VELLY, R. Citizenship and consumption: Mobilisation in alternative food systems in France. **Sociologia Ruralis**, v. 51, n. 3, p. 304–323, 2011.

ECOVIDA - Rede Ecovida de Agroecologia. 2022. (Disponível em: <http://www.ecovida.org.br>. Acessado em 18 jun. de 2022.

ENGEL, G. I. Pesquisa-ação. **Educar, Curitiba**, v. 1, n. 16, p. 181–191, 2000.

ESCOSTEGUY, I. L. **Inovações sociais na promoção da agroecologia e de redes de civismo agroalimentar em Florianópolis-SC**. 2019. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2019.

EVOLA, R. S. et al. Short Food Supply Chains in Europe: Scientific Research Directions. **Sustainability (Switzerland)**, v. 14, n. 6, 2022.

FAVILLI, E.; ROSSI, A.; BRUNORI, G. Food networks: collective action and local development. The role of organic farming as boundary object. **Organic Agriculture**, v. 5, n. 3, p. 235–243, 2015.

FINCO, E. G. AND A.; GIUDICE, T. DEL. Exploring consumers' behaviour towards short food supply chains. **British Food Journal**, v. 118, n. 3, p. 618–631, 2016.

FLICK, U. **Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes**. Porto Alegre: Penso, 2013.

FONTE, M. Food consumption as social practice: Solidarity Purchasing Groups in Rome, Italy. **Journal of Rural Studies**, v. 32, p. 230–239, 2013.

FRIEDMAN, V. J.; ROGERS, T. There is nothing so theoretical as good action research. **Action Research**, v. 7, n. 1, p. 31–47, 2009.

GALLI, F. et al. Co-producing sustainability: Involving parents and civil society in the governance of school meal services. A case study from Pisa, Italy. **Sustainability (Switzerland)**, v. 6, n. 4, p. 1643–1666, 2014.

GELBCKE, D. L. et al. A “proximidade” nos circuitos de abastecimento de alimentos orgânicos da Grande Florianópolis. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 26, n. 3, p. 539–560, 2018.

GEROMETTA, J.; HÄUSSERMANN, H.; LONGO, G. Social innovation and civil society in urban governance: Strategies for an inclusive city. **Urban Studies**, v. 42, n. 11, p. 2007–2021, 2005.

GIACOMINI FILHO, G.; GOULART, E. E.; CAPRINO, M. P. Difusão de inovações: apreciação crítica dos estudos de Rogers. **Revista FAMECOS**, n. 33, p. 41–45, 2007.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GLIESSMAN, S. R. **Agroecologia: Processos Ecológicos em Agricultura Sustentável**. 4. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GODDARD, E. The impact of COVID-19 on food retail and food service in Canada: Preliminary assessment. 2020.

GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 3, p. 20–29, 1995.

GONDIM, S. M. G. Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos. **Paidéia (Ribeirão Preto)**, v. 12, n. 24, p. 149–161, 2002.

GOODMAN, D. The quality ‘turn’ and alternative food practices: reflections and agenda. **Journal of Rural Studies**, v. 19, n. 1, p. 1–7, 2003.

GOODMAN, D.; GOODMAN, M. K. Alternative food networks. *In*: KITCHIN, R.; THRIF, N. (Org.). *International Encyclopedia of Human Geography*. 3. ed. Kingston: Elsevier, 2009. p. 208–220.

GRADE, M.; MERGEN, C. V. **Boletim síntese dos preços de alimentos orgânicos no varejo de Florianópolis**. 2020. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1oCj3pK4s>. Acessado em: 16 jul. de 2020.

GRANOVETTER, M. Strength Of Weak Ties, A Network Theory Revisited. **Sociological Theory**, v. 1, p. 201–233, 1983.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **The American Journal of Sociology**, v. 91, n. 3, p. 481–510, 1985.

GRANOVETTER, M. Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. **RAE - eletrônica**, v. 6, n. 1, p. 1–41, 2007.

GUERRA, I. O planejamento no contexto de uma sociologia da ação: as rearticulações teoria-prática no campo da sociologia e planejamento. **Cidades: Comunidades e Territórios**, v. junho, n. 10, p. 13–24, 2005.

GUSTAVSEN, B. Action research, practical challenges and the formation of theory. **Action Research**, v. 6, n. 4, p. 421–437, 2008.

IBGE—Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2017. Sistema IBGE de Recuperação Automática—SIDRA. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6906#resultado>. Acessado em: 09 abr. de 2023.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE Cidades. 2021. Florianópolis. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/florianopolis/panorama>. Acesso em: 09 de set. de 2022).

HASSANEIN, N. Practicing food democracy: A pragmatic politics of transformation. **Journal of Rural Studies**, v. 19, n. 1, p. 77–86, 2003.

HASSANEIN, N. Locating food democracy: Theoretical and practical ingredients. **Journal of Hunger and Environmental Nutrition**, v. 3, n. 2–3, p. 286–308, 2008.

HOGGAN, F. The American Negro and Race Blending. **The Sociological Review**, v. 2 a, n. 4, p. 349–360, 1909.

JEFFERSON, R. N. Action Research: Theory and Applications. **New Review of Academic Librarianship**, v. 20, n. 2, p. 91–116, 2014.

JOHNS, N.; PINE, R. Consumer behaviour in the food service industry: A review. **International Journal of Hospitality Management**, v. 21, n. 2, p. 119–134, 2002.

JULIANI, D. P. et al. Inovação social: perspectivas e desafios. **Revista Espacios**, v. 35, n. 5, p. 1–21, 2020.

KING, T. et al. Food safety for food security: Relationship between global megatrends and developments in food safety. **Trends in Food Science and Technology**, v. 68. n. October, 2017.

KLUVANKOVA, T. et al. Social innovation for sustainability transformation and its diverging development paths in marginalised rural areas. **Sociologia Ruralis**, 2021.

KNEAFSEY, M. et al. **Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics.** Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2013.

KRAUSE, R. W.; BAHLS, Á. A. D. S. M. Orientações gerais para uma gastronomia sustentável. **Turismo - Visão e Ação**, v. 15, n. 3, p. 434, 2013.

KREMER, A. M. **Aspectos cognitivos do comportamento individual: nova abordagem da ação coletiva**. 2019. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Administração. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Campo Grande, 2019.

LACAF - Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar. Impacto das Células de Consumidores Responsáveis (CCR) no ano de 2021. 2022. Disponível em: <https://lacaf.paginas.ufsc.br/2022/06/02/impacto-das-celulas-de-consumidores-responsaveis-ccr-no-ano-2021/>. Acessado em: 28 jun. de 2022.

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. **International Journal of Sociology of Agriculture & Food**, v. 19, n. 3, p. 383–401, 2012.

LANG, T. Food control or food democracy? Re-engaging nutrition with society and the environment. **Public Health Nutrition**, v. 8, n. 6a, p. 730–737, 2005.

LEAL, D. Crescimento da alimentação fora do domicílio. **Segurança Alimentar e Nutricional**, v. 17, n. 1, p. 123–132, 2010.

REINA-USUGA, L.; DE-HARO, T.; PARRA-LÓPEZ, C. Canales cortos de comercialización territoriales: conceptualización, caracterización y aplicación para el caso de Córdoba, España. **Informacion Tecnica Economica Agraria**, v. 114, n. 2, p. 183–202, 2018.

LINS, H. N. Inovações sociais e desenvolvimento sustentável: sinergismo entre agroecologia e agroturismo no Brasil Meridional. **Revista Iberoamericana de Economía Ecológica**, v. 30, n. 1, p. 58–80, 2019.

LOVATTO, A. B. et al. 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.

LU, L.; GURSOY, D. Does offering an organic food menu help restaurants excel in competition? An examination of diners' decision-making. **International Journal of Hospitality Management**, v. 63, p. 72–81, 2017.

MAESTRIPIERI, L.; PODDA, A.; GIROLETTI, T. Solidarity Purchasing Groups in Italy: A critical assessment of their effects on the marginalisation of their suppliers. **Jrnl. of Soc. of Agr. & Food**, v. 24, n. 3, p. 393–412, 2018.

MAGALHÃES, T.; ANDION, C.; ALPERSTEDT, G. D. Laboratórios vivos de inovação social e ação pública: um enfoque analítico e um caminho metodológico baseados no pragmatismo. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 18, n. Edição Especial, p. 680–696, nov. 2020.

MAGNANTI, N. J. Circuito Sul de circulação de alimentos da Rede Ecovida de Agroecologia. **Agriculturas: experiências em agroecologia**, v. 5, n. 2, p. 26–29, 2008.

MAMALIS, S. Critical success factors of the food service industry. **Journal of International Food and Agribusiness Marketing**, v. 21, n. 2–3, p. 191–206, 2009.

MANOEL, A. A.; ANDION, C. Agricultura urbana, inovação social e governança: um estudo em Florianópolis. **Cadernos Metr pole**, v. 25, n. 57, p. 563–590, ago. 2023.

MAPA - Ministério da Agricultura e Pecuária e Abastecimento. Cadastro nacional de Produtores orgânicos. 2022. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos/cadastro-nacional-produtores-organicos>. Acessado em 13 out. de 2022.

MARCONI, M. DE A.; LACATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas S. A., 2003.

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.

MARTELETO, R. M.; SILVA, A. B. DE O. Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. **Ciência da Informação**, v. 33, n. 3, p. 41–49, 2004.

MARTINELLI, S. S. **Crêterios para aquisição e consumo de alimentos no desenvolvimento de sistemas agroalimentares saudáveis e sustentáveis**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Nutrição. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2018.

MARTINS, A. P. B. et al. Participação crescente de produtos ultraprocessados na dieta brasileira (1987-2009). **Rev Saúde Pública**, v. 47, n. 4, p. 656–665, 2013.

MASTRONARDI, L. et al. Exploring the role of farmers in short food supply chains: The case of Italy. **International Food and Agribusiness Management Review**, v. 18, n. 2, p. 109–130, 2015.

MELIN, M. et al. Facilitating transformative innovations in sustainability education. **Open Research Europe**, v. 2, n. 22, p. 1–18, 2022.

MELO JÚNIOR, J. A. C. DE C. A ação coletiva e seus intérpretes. **Pensamento Plural**, v. 1, n. julho/dezembro, p. 65–87, 2007.

MÉNDEZ, C. D.; ESPEJO, I. G. La mirada sociológica hacia la alimentaci n: análisis crítico del desarrollo de la investigación en el campo alimentario. **Política y Sociedad**, v. 51, n. 1, p. 15–59, 2014.

MERT-CAKAL, T.; MIELE, M. ‘Workable utopias’ for social change through inclusion and empowerment? Community supported agriculture (CSA) in Wales as social innovation. **Agriculture and Human Values**, v. 37, n. 4, p. 1241–1260, 2020.

MIGLIORE, G.; SCHIFANI, G.; CEMBALO, L. Opening the black box of food quality in the short supply chain: Effects of conventions of quality on consumer choice. **Food Quality and Preference**, v. 39, p. 141–146, 2015.

MILANI, C. Teorias do capital social e desenvolvimento local: lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil). **Organizações e Sociedade**, v. 11, p. 95–113, 2004.

MIRANDA, D. L. R. **Redes de cidadania agroalimentar e a construção social do mercado de orgânicos/agroecológicos em Florianópolis - SC**. 2020. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento. Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2020.

MIRANDA, D. L. R. et al. Construção social de mercados orgânicos: o caso das Células de Consumidores Responsáveis em Florianópolis-SC. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 59, n. 2, p. 1–14, 2021.

MOULAERT, F. et al. **The International Handbook on Social Innovation**. Northampton: Edward Elgar Publishing, 2013.

MULGAN, G. The Process of Social Innovation. **Innovations: Technology, Governance, Globalization**, v. 1, n. 2, p. 145–162, 2006.

MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. **Social innovator series: ways to design, develop and grow social innovation**. 24. ed. London: NESTA, 2012.

NEUMEIER, S. Why do Social Innovations in Rural Development Matter and Should They be Considered More Seriously in Rural Development Research? - Proposal for a Stronger Focus on Social Innovations in Rural Development Research. **Sociologia Ruralis**, v. 52, n. 1, p. 48–69, 2012.

NEUMEIER, S. Social innovation in rural development: identifying the key factors of success. **Geographical Journal**, v. 183, n. 1, p. 34–46, 2017.

NIEDERLE, P. A. Políticas de valor nos mercados alimentares: movimentos sociais econômicos e a reconstrução das trajetórias sociais dos alimentos agroecológicos. **Século XXI - Revista de Ciências Sociais**, v. 4, n. 1, p. 162–189, 2014.

NIEDERLE, P.; SCHUBERT, M. N. How does veganism contribute to shape sustainable food systems? Practices, meanings and identities of vegan restaurants in Porto Alegre, Brazil. **Journal of Rural Studies**, v. 78, n. April, p. 304–313, 2020.

OLIVEIRA, D.; GRISA, C.; NIEDERLE, P. A. Inovações e novidades na construção de mercados para a agricultura familiar: os casos da Rede Ecovida de Agroecologia e da RedeCoop. **Redes (St. Cruz Sul, Online)**, v. 25, n. 1, p. 135–163, 2020.

ORSINI, S. et al. Beyond “mainstream” and “alternative” in organic food supply chains: Empirical examples of added value distribution from eight European countries. **British Food Journal**, v. 122, n. 3, p. 1–15, 2019.

OSLON, M. **A Lógica da ação coletiva: os benefícios públicos e uma teoria dos grupos sociais**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo (Clássicos; 16), 1999.

OSTROM, E. et al. Revisiting the Commons: Local Lessons, Global Challenges. v. 284, n. APRIL, p. 278–283, 1999.

OSTROM, E. Collective Action and Local Development Processes. **Sociologica**, v. 3, n. novembre-dicembre, p. 1–32, 2007.

PACIAROTTI, C. et al. Locally produced food for restaurants: a theoretical approach for the supply chain network design. **International Journal of Retail and Distribution Management**, v. 50, n. 13, p. 164–183, 2022.

PACIAROTTI, C.; TORREGIANI, F. Short food supply chain between micro/small farms and restaurants: An exploratory study in the Marche region. **British Food Journal**, v. 120, n. 8, p. 1722–1734, 2018.

PACIAROTTI, C.; TORREGIANI, F. The logistics of the short food supply chain: A literature review. **Sustainable Production and Consumption**, v. 26, p. 428–442, 1 abr. 2021.

PAIVA, M. S. DE et al. Inovação e os efeitos sobre a dinâmica de mercado: uma síntese teórica de Smith e Schumpeter. **Interações (Campo Grande)**, p. 155–170, 2018.

PASCUCCI, S. Governance Structure, Perception and Innovation in Credence Food Transactions: The Role of Food Community Networks. **International Journal on Food System Dynamics**, v. 1, n. 3, p. 224–236, 2010.

PASCUCCI, S. et al. Sharing values or sharing costs? Understanding consumer participation in alternative food networks. **NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences**, v. 78, n. mar, p. 47–60, 2021.

PASQUIER MERINO, A. G. et al. Alternative Food Networks, Social Capital, and Public Policy in Mexico City. **Sustainability (Switzerland)**, v. 14, n. 23, 1 dez. 2022.

PEL, B. et al. Unpacking the social innovation ecosystem: an empirically grounded typology of empowering network constellations. **Innovation: The European Journal of Social Science Research**, v. 33, n. 3, p. 311–336, 2 jul. 2020.

PERALTA, N. A contribuição da teoria da escolha racional para o debate sobre o uso comum dos recursos naturais. **UAKARI**, v. 6, n. 1, p. 61–72, 2010.

PEREIRA, E. L.; NASCIMENTO JÚNIOR, L. As chuvas em Florianópolis/SC: um ensaio sobre a gênese, dinâmica e distribuição espaço-temporal das precipitações. **Revista Brasileira de Climatologia**, v. 30, p. 246–273, 2022.

PEREZ-CASSARINO, J. **A construção social de mecanismos alternativos de mercados no âmbito da Rede Ecovida de Agroecologia**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.

PERRY, C.; GUMMESSON, E. Action research in marketing. **European Journal of Marketing**, v. 38, n. 3/4, p. 310–320, 2004.

PETROPOULOU, E. et al. Understanding Social Innovation in Short Food Supply Chains: An Exploratory Analysis. **International Journal of Food Studies**, v. 11, n. July, p. 182–195, 2022.

PINTO, H.; FERREIRA, S.; GUERREIRO, J. A. The emergence of a Social Innovation Ecosystem in Portugal: An exploratory approach based on the perspective of strategic stakeholders. **European Public & Social Innovation Review**, v. 6, n. 2, 2021.

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

PORTILHO, F. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. **Política & Sociedade**, v. 8, n. 15, p. 199–224, 2009.

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

PROENÇA, R. P. DA C. Alimentação e globalização: algumas reflexões. **Ciência e Cultura**, v. 62, n. 4, p. 43–47, 2010.

PROST, S. Food democracy for all? Developing a food hub in the context of socio-economic deprivation. **Politics and Governance**, v. 7, n. 4, p. 142–153, 2019.

PUGAS, A. DA S. et al. A trajectory of social innovations for the direct purchase of organic food by food services: a case study in Florianópolis, Brazil. **Frontiers in Sustainable Food Systems**, v. 7, n. May, p. 1–16, 2023.

QUEIROZ, P. W. V. DE; COELHO, A. B. Alimentação fora de casa: uma investigação sobre os determinantes da decisão de consumo dos domicílios brasileiros. **Análise Econômica**, v. 35, n. 67, 17 mar. 2017.

QUIVY, R.; CAMPENHOUDT, L. VAN. **Manual de investigação em ciências sociais**. 4. ed. LISBOA: Gradiva, 2005.

RAUD-MATTEDI, C. Análise crítica da Sociologia Econômica de Mark Granovetter: os limites de uma leitura do mercado em termos de redes e imbricação. **Política & Sociedade**, v. 6, n. 1957, p. 59–82, 2005.

REINA-USUGA, L.; PARRA-LÓPEZ, C.; HARO-GIMÉNEZ, T. Urban food policies and their influence on the development of Territorial Short Food Supply Chains: The case of cities in Colombia and Spain. **Land Use Policy**, v. 112, n. October 2021, 2022.

RENKEMA, M.; HILLETOTH, P. Intermediate short food supply chains: a systematic review. **British Food Journal**, v. 124, n. 13, p. 541–558, 2022.

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 A**, 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 Food Citizenship. **International Journal of Sociology of Agriculture and Food**, v. 19, n. 3, p. 289–307, 2012.

REZENDE, C. L. et al. From hotspot to hopespot: An opportunity for the Brazilian Atlantic Forest. **Perspectives in Ecology and Conservation**, v. 16, n. 4, p. 208–214, 2018.

RICHTER, R. Rural social enterprises as embedded intermediaries: The innovative power of connecting rural communities with supra-regional networks. **Journal of Rural Studies**, v. 70, n. December 2017, p. 179–187, 2019.

RISKU-NORJA, H.; LØES, A. K. Organic food in food policy and in public catering: lessons learned from Finland. **Organic Agriculture**, v. 7, n. 2, p. 111–124, 1 jun. 2017.

RODRÍGUEZ-LÓPEZ, M. E. et al. A review of restaurant research in the last two decades: A bibliometric analysis. **International Journal of Hospitality Management**, v. 87, n. April 2019, p. 102387, 2020.

ROGERS, E. M. Lessons for Guidelines from the Diffusion of Innovations. **The Joint Commission Journal on Quality Improvement**, v. 21, n. 7, p. 324–328, 1995.

ROSSI, A.; BOCCI, R. The Transformative Potential of Social Innovation. The Case of Wheat and Bread Value Chain in Tuscany. **Jrnl. of Soc. of Agr. & Food**, v. 24, n. 3, p. 431–448, 2018.

ROVER, O. J. Agroecologia, mercado e inovação social: o caso da Rede Ecovida de Agroecologia. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 47, n. 1, p. 56–63, 2011.

ROVER, O. J. et al. **Comercialização de alimentos orgânicos no varejo de Florianópolis/SC**. Florianópolis: Relatório Final do Projeto de “Pesquisa sobre a comercialização em varejo de alimentos orgânicos na Ilha de Santa Catarina, Florianópolis/SC, 2015.

ROVER, O. J. et al. Conventionalization of Organic Agriculture: A Multiple Case Study Analysis in Brazil and Italy. **Sustainability (Switzerland)**, v. 12, n. 16, p. 1–13, 2020.

ROVER, O. J.; DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização como inovação social que valoriza a agricultura familiar agroecológica. *In*: ROVER, O. J.; DAROLT, M. R. (Org.). **Circuitos curtos de Comercialização, agroecologia e inovação social**. 1. ed. Florianópolis: Editora Sempelo, 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 (Switzerland)**, v. 9, n. 1, 2016.
- ROVER, O. J.; LAMPA, F. M. Rede Ecovida de Agroecologia: articulando trocas mercantis com mecanismos de reciprocidade. **Revista Agriculturas**, v. 10, n. 2, p. 22–25, 2013.
- ROVER, O. J.; PUGAS, A. S.; SOUZA, M. C. Circuitos curtos de comercialização e mecanismos de controle na agricultura orgânica: analisando o potencial de formação de cinturões verdes agroecológicos. **Campo - Território: Revista De Geografia Agrária**, v. 16, n. 43, p. 378–399, 2021.
- ROVER, O. J.; RAMOS, P. S.; MIRANDA, D. L. R. Agroecology and markets: where are we going? *In*: MOSSI, A. J.; PETRY, C.; REICHERT JUNIOR, F. W. (Org.). **Agroecology: insights, experiences and perspectives**. New York: Nova Science Publishers, 2020. p. 119–139.
- SABOURIN, E. Manejo dos Recursos Comuns e Reciprocidade: **Sustentabilidade em Debate**, v. 1, n. 2, p. 141, 2010.
- SACCHI, G. et al. Consumer renaissance in Alternative Agri-Food Networks between collective action and co-production. **Sustainable Production and Consumption**, v. 29, p. 311–327, 2022.
- SCHNEIDER, S.; FERRARI, D. L. Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na Agricultura Familiar – o Processo de Relocalização da Produção Agroalimentar em Santa Catarina. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 17, n. 1, p. 56–71, 2015.
- SCHNEIDER, S.; MENEZES, M. A. Inovação e atores sociais. *In*: SCHNEIDER, S. et al. (Org.). **Sementes e brotos da transição: inovação, poder e desenvolvimento em áreas rurais do Brasil**. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS (Série Estudos Rurais), 2014. p. 13–26.
- SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico**. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1997.
- SCHWARTZMAN, F. et al. Antecedentes e elementos da vinculação do programa de alimentação escolar do Brasil com a agricultura familiar. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 33, n. 12, p. 1–2, 2017.
- SIDANER, E.; BALABAN, D.; BURLANDY, L. The Brazilian school feeding programme: An example of an integrated programme in support of food and nutrition security. **Public Health Nutrition**, v. 16, n. 6, p. 989–994, 2013.
- SILVA, P. C. G. A ação coletiva: o desafio da mobilização. **Revista Movimentos Sociais e Dinâmicas Espaciais**, v. 7, n. 2, p. 62–87, 2018.

SOARES, P. et al. Strengths and weaknesses in the supply of school food resulting from the procurement of family farm produce in a municipality in Brazil. **Ciencia e Saude Coletiva**, v. 20, n. 6, p. 1891–1900, 2015.

SOARES, P. et al. Government policy for the procurement of food from local family farming in Brazilian public institutions. **Foods**, v. 10, n. 7, p. 1–16, 2021.

SOUSA, A. A. et al. Cardápios e sustentabilidade: ensaio sobre as diretrizes do Programa Nacional de Alimentação Escolar Menus and sustainability: Essay on the guidelines of the National School. **Revista de Nutricao**, v. 28, n. 2, p. 217–229, 2015.

SOUZA, J. C. et al. Social innovation networks and agrifood citizenship. The case of Florianópolis Area, Santa Catarina/Brazil. **Journal of Rural Studies**, v. 99, n. April, 2021.

SPILLARE, S.; PALTRINIERI, R.; MARCIANTE, L. From civic food networks to civic food platforms: Collaboration, trust and empowerment in the New Food Economy. **Sociologia del Lavoro**, n. 152, p. 120–136, 2018.

STEFANI, G. et al. Grass root collective action for territorially integrated food supply chains: A case study from Tuscany. **International Journal on Food System Dynamics**, v. 8, n. 4, p. 347–362, 2017.

STOUSTRUP, S. W. A rural laboratory in the Austrian alm—Tracing the contingent processes fostering social innovation at the local level. **Sociologia Ruralis**, v. 62, n. 3, p. 542–563, 1 jul. 2022.

TEPSIE. **Social Innovation Theory and Research: A guide for researchers**. Brussels: European Commission. Disponível em: <www.soapbox.co.uk>. Acesso em: 9 abr. 2021.

TERSTRIEP, J.; REHFELD, D.; KLEVERBECK, M. Favourable social innovation ecosystem(s): An explorative approach. **European Planning Studies**, v. 28, n. 5, p. 881–905, 3 maio 2020.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação**. 2. ed. São Paulo: Editora Cortez/ Editora Autores Associados, 1986.

TRAD, L. A. B. Grupos focais: conceitos, procedimentos e reflexões baseadas em experiências com o uso da técnica em pesquisa de saúde. **Physis Revista de Saúde Coletiva**, v. 19, n. 3, p. 777–796, 2009.

TRIPP, D. Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. **Educação e Pesquisa**, v. 31, n. 3, p. 443–466, 2005.

NIEKERK, L. et al. Building the social innovation for health ecosystem in Latin America: Experiences and learning from SIHI-LAC. **BMJ Innovations**, v. 8, n. 3, 2022.

VERCHER, N. Territorial Social Innovation and Alternative Food Networks: The Case of a New Farmers' Cooperative on the Island of Ibiza (Spain). *Agriculture*, v. 12, n. 6, p. 748, 2022.

VIBRANS, A. C. et al. MonitoraSC: um novo mapa de cobertura florestal e uso da terra do estado de Santa Catarina. *Agropecuária Catarinense*, v. 34, n. 2, p. 42–48, 2021.

VIEGAS, M. DA T.; ROVER, O. J.; MEDEIROS, M. Circuitos (não tão) curtos de comercialização e a promoção de princípios agroecológicos: um estudo de caso na região da grande Florianópolis. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, v. 42, n. dezembro, p. 370–384, 2017.

VIEGAS, M. T. **Agroecologia e circuitos curtos de comercialização num contexto de convencionalização da agricultura orgânica**. 2016. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2016.

VIEIRA, D. DE F. A.; DEL-GROSSI, M. E. **Influência do Programa de Aquisição de Alimentos na comercialização dos produtos da agricultura familiar: o caso de três municípios do Nordeste de Minas Gerais**. In: XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. 2008, *Anais [...]*. Rio Branco.

VOGEL, D. R. et al. A satisfação dos hóspedes quanto aos serviços de alimentação em resorts no Caribe e no Brasil. *Turismo, Visão e Ação*, v. 23, n. 1, p. 67–85, 2021.

WENNINGKAMP, K. R.; SCHMIDT, C. M. Teorias da Ação Coletiva no Campo do Agronegócio: Uma Análise a Partir de Teses e Dissertações (1998-2012). *Desenvolvimento em Questão*, v. 14, n. 35, p. 307, 2016.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZAGATA, L. 'We Want Farmers "Markets!" Case Study of Emerging Civic Food Networks in the Czech Republic. *Int. J. of Soc. of Agr. & Food*, v. 19, n. 3, p. 347–364, 2014.

ZANETI, T.; SCHNEIDER, S. Ingredientes singulares à la carte: implicações do uso de produtos diferenciados na gastronomia contemporânea. *Anthropology of food*, n. online, p. 1–17, 2016.

ZOLDAN, P. C.; MIOR, L. C. **Produção orgânica na agricultura familiar de Santa Catarina**. Florianópolis: Epagri, 2012.

ZOLL, F. et al. Individual choice or collective action? Exploring consumer motives for participating in alternative food networks. *International Journal of Consumer Studies*, v. 42, n. 1, p. 101–110, 2018.

APÊNDICE A – Roteiro do questionário respondido pelos serviços de alimentação.

INFORMAÇÕES PRELIMINARES
<p>1) Nome do respondente:</p> <p>_____</p>
<p>2) Função/Cargo:</p> <p><input type="checkbox"/> Chefe de cozinha</p> <p><input type="checkbox"/> Nutricionista</p> <p><input type="checkbox"/> Gestor(a)</p> <p><input type="checkbox"/> Proprietário(a) do estabelecimento</p> <p><input type="checkbox"/> Outro _____</p>
<p>3) Sexo: <input type="checkbox"/> Feminino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Prefiro não responder</p>
<p>4) Idade: _____ anos</p>
1º BLOCO: CARACTERIZAÇÃO DO ESTABELECIMENTO
<p>7) Número (aproximado) de refeições servidas por dia?</p> <p>_____</p>
<p>8) Número (aproximado) de refeições servidas por dia (durante a pandemia)?</p> <p>_____</p>
<p>10) Marque as informações que correspondem ao tipo de serviço do estabelecimento:</p> <p><input type="checkbox"/> Bufê por peso</p> <p><input type="checkbox"/> Bufê livre</p> <p><input type="checkbox"/> À la carte</p> <p><input type="checkbox"/> Prato feito (única opção)</p> <p><input type="checkbox"/> Marmitas e refeições (congeladas ou entrega imediata)</p> <p><input type="checkbox"/> Outros</p>
<p>11) A quantidade de refeições aumenta ou diminui em diferentes épocas do ano?</p> <p>Não <input type="checkbox"/></p> <p>Sim <input type="checkbox"/></p> <p>Se sim, em quais meses aumenta? _____</p> <p>E em quais meses diminui? _____</p>
<p>13) Qual é a periodicidade do planejamento de cardápio?</p> <p><input type="checkbox"/> Diária</p> <p><input type="checkbox"/> Semanal</p> <p><input type="checkbox"/> Mensal</p> <p><input type="checkbox"/> Semestral</p> <p><input type="checkbox"/> Anual</p>

15) O cardápio muda de acordo com os alimentos disponíveis nas diferentes estações do ano (sazonalidade)?

- Sim
 Não

16) Qual(is) a(s) opções de fornecimento de refeições (antes da pandemia)?

- Consumo local
 Delivery
 Retirada no local
 Outros

18) Que forma de comunicação é usada com para venda aos clientes?

- Telefone
 Whatsapp
 Mídias sociais (Facebook, Instagram)
 Plataformas digitais especializadas (Ifood, Uber Eats... etc.)
 Outras _____

2° BLOCO: SOBRE A AQUISIÇÃO DE INSUMOS/ALIMENTOS

Para esse bloco de questões, considere os exemplos:

Frutas: banana, laranja, maçã;

Legumes: abóbora, cenoura, beterraba, abobrinha;

Verduras (folhosas): espinafre, couve, alface, almeirão;

Raízes/tubérculos: aipim, batata;

19) Quantidade de insumos/alimentos adquirida semanalmente (estimativa em Kg).

Frutas _____
 Verduras (folhosas) _____
 Legumes _____
 Raízes/tubérculos _____
 Grãos _____
 Carnes e derivados _____
 Leite e derivados _____
 Ovos _____

20) Dentro do total estimado em Kg, cite os 3 principais alimentos adquiridos dentro das seguintes categorias:

Frutas _____
 Verduras (folhosas) _____
 Legumes _____
 Raízes/tubérculos _____
 Grãos _____
 Carnes e derivados _____
 Leite e derivados _____
 Ovos _____

21) Qual(is) o(s) local(is) de compra de frutas, legumes e verduras (FLV)?

- Mercados locais
- Sacolão
- Supermercados
- Ceasa
- Compra via fornecedores
- Compra direto de agricultores
- Outros _____

22) Qual(is) o(s) nível(is) de processamento dos produtos comprados (FLV)?

- Todos in natura sem processamento (inteiros, sujos)
- Todos minimamente processados (higienizados, picados, descascados)
- A maioria sem processamento e alguns minimamente processados
- A maioria minimamente processado e alguns sem processamento
- 50% minimamente processados e 50% sem processamento
- Outros _____

23) Qual a frequência da realização de pedidos de compra (FLV)?

- Diária
- 3x/semana
- 2x/semana
- Semanal
- Quinzenal
- Mensal
- Não faz pedido, pois realiza a compra direta nos estabelecimentos
- Outros _____

24) Qual a frequência de recebimento dos produtos (FLV)?

- Diária
- 3x/semana
- 2x/semana
- Semanal
- Não recebo, realizo a compra direta nos estabelecimentos

25) Possui capacidade de armazenamento de insumos/alimentos (FLV)?

- Não
 - Sim
- Se sim, possui espaço disponível para armazenar os alimentos por quanto tempo?
- 1 a 3 dias
 - 3 a 5 dias
 - 5 a 10 dias
 - Mais de 10 dias

26) Assinale as condições de pagamento usualmente operadas na aquisição dos insumos/alimentos (FLV)

- à vista
- antecipadamente
- semanalmente, após compra
- mensalmente, após compra
- outra forma de pagamento: _____

28) Quais características considera indispensáveis na escolha dos fornecedores de FLV?

- Características sensoriais dos produtos (frescor)
 Dia e horário fixo de entrega
 Diversidade de produtos
 Menores preços
 Confiança
 Segurança sanitária
 Garantia de procedência
 Flexibilidade no prazo/forma de pagamento
 Menor distância até a produção
 Padronização (tamanho/forma)
 Outros _____

3º BLOCO: SOBRE A COMPRA DE ALIMENTOS ORGÂNICOS**29) Sobre a compra de insumos/alimentos orgânicos/agroecológicos:**

- Compro alimentos orgânicos
 Já comprei, mas não compro mais
 Nunca comprei

As perguntas de 32 até a 38 serão direcionadas apenas para quem responder “Compro alimentos orgânicos” na questão 31.

30) Possui vínculo com alguma rede de comercialização alternativa ou movimentos sociais econômicos (Ex: Rede Ecovida de Agroecologia, Movimento Slow Food)?

- Sim
 Não

31) Se sim, assinale a instituição ou organização ligada à agricultura orgânica que você possui vínculo:

- Rede Ecovida de Agroecologia
 Conselho de Produção Orgânica de Santa Catarina
 Movimento Slow Food
 Cepagro
 EPAGRI
 Outros _____

32) A ausência do selo de orgânico interfere no processo de compra dos alimentos orgânicos/agroecológicos?

- Sim
 Não
 Por quê? _____

33) Utilizam algum recurso de comunicação/divulgação sobre a origem orgânica dos alimentos comprados para a produção de refeições?

- Sim
 Não
 Qual(is)? _____

34) Quais as motivações para a compra dos alimentos orgânicos? _____
35) Qual o local/de quem compra alimentos orgânicos? _____
36) Quais os grupos de alimentos orgânicos que você compra? <input type="checkbox"/> Frutas <input type="checkbox"/> Verduras <input type="checkbox"/> Legumes <input type="checkbox"/> Leguminosas <input type="checkbox"/> Cereais <input type="checkbox"/> Bebidas <input type="checkbox"/> Carnes, lácteos e/ou ovos e carnes, lácteos e/ou ovos <input type="checkbox"/> Outros
A pergunta 37 será destinada apenas para quem respondeu “já comprei mas não compro mais” na pergunta 29
37) Se já comprou orgânicos e não compra mais. Por que parou de comprar? _____
A pergunta 38 será destinada apenas a quem respondeu “nunca comprei” na questão 29.
38) Se nunca comprou. Porque nunca comprou? _____
39) Na sua opinião, quais as dificuldades para a compra de alimentos orgânicos para o restaurante? Gostaria de deixar alguma observação? _____ _____
40) Você tem interesse em comprar alimentos orgânicos? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
41) Quais das exigências/condições são indispensáveis para que você compre alimentos orgânicos? <input type="checkbox"/> Baixo volume de entrega <input type="checkbox"/> Necessidade de Alto volume de entrega <input type="checkbox"/> Preço <input type="checkbox"/> Forma de Pagamento <input type="checkbox"/> Regularidade nas entregas <input type="checkbox"/> Outros. Qual(is) _____

<p>42) Quais das exigências/condições são indispensáveis para que haja a participação do seu estabelecimento na proposta de compra coletiva de alimentos?</p> <p><input type="checkbox"/> Preço</p> <p><input type="checkbox"/> Forma de Pagamento. Qual(is): _____</p> <p><input type="checkbox"/> Regularidade nas entregas</p> <p><input type="checkbox"/> Baixo volume de entrega</p> <p><input type="checkbox"/> Alto volume de entrega</p> <p><input type="checkbox"/> Outros. Qual(is) _____</p>
<p>43) Justifique o porquê da escolha da(s) alternativa(s) marcada(s) acima sobre as exigências/condições:</p> <p>_____</p>
<p>44) Você tem sugestões para melhoria e estímulo à compra de alimentos orgânicos? _____</p> <p>_____</p>
<p>45) Você tem interesse em participar de uma iniciativa coletiva de compra de alimentos orgânicos de organizações da agricultura familiar local/regional?</p> <p><input type="checkbox"/> Sim</p> <p><input type="checkbox"/> Não</p>
<p>Perguntas direcionadas a quem respondeu “sim” na questão 45.</p>
<p>Abaixo, solicitamos algumas informações para que possamos estabelecer contato em relação à proposta de iniciativa coletiva de compra diretamente de agricultores orgânicos. Ressaltamos que informações serão utilizadas exclusivamente no âmbito da pesquisa, nos comprometendo em manter os estabelecimentos e respondentes da pesquisa em anonimato.</p>
<p>46) Email: _____</p>
<p>47) Número de celular: _____</p>
<p>48) Nome do estabelecimento: _____</p>
<p>49) Bairro do estabelecimento (caso possua mais que uma unidade, inserir o endereço de todas): _____</p>
<p>50) Você aceita receber informações via e-mail e WhatsApp sobre essa iniciativa:</p> <p><input type="checkbox"/> Sim</p> <p><input type="checkbox"/> Não</p>

AENDICE B – PROGRAMAÇÃO DOS GRUPOS FOCAIS

1 - Apresentação dos dados da pesquisa realizada juntos aos restaurantes de Florianópolis (parte insular)

2 - Discussão sobre a capacidade de abastecer este tipo de clientela

- Há interesse da sua organização/grupo em atender a esse mercado?
- Quais as principais dificuldades e oportunidades percebidas para a participação de seu grupo/organização?

3 - Sobre a demanda por preços

- Haveria disposição em reduzir preços praticados em relação aos da venda a consumidores finais?

4 - Sobre a demanda por escala e diversidade

- Como acredita que se poderia garantir produtos em quantidade e diversidade suficientes para atender a esse mercado?

5 - Sobre as condições de logística

- Quais condições logísticas teriam disponíveis ou acreditam que teriam que compartilhar com outros grupos para viabilizar o atendimento a esse mercado?

APENDICE C – Questionários de avaliação da fase de compra/venda experimental
[versão serviços de alimentação]

1. Qual o nome do restaurante/estabelecimento comprador?

2. Como você avalia a sua participação na compra dos produtos na fase experimental?

- Gostaria de ter comprado mais
- Comprei uma quantidade suficiente.
- Comprei muito pouco
- Outro:

3. Indique pontos positivos da fase experimental (selecione quantos quiser).

- O tempo para pedidos (entre sábado e terça-feira) foi o suficiente
- A planilha é intuitiva e fácil de ser compreendida
- Não houve nenhuma dificuldade em realizar os pedidos
- A diversidade de alimentos disponíveis foi suficiente
- As quantidades de produtos disponíveis foram suficientes
- Os preços dos alimentos estavam compatíveis com a realidade dos restaurantes
- Não houve problemas de comunicação com os responsáveis pelos pedidos
- Todos os pedidos foram entregues, e na quantidade solicitada
- Foi avisado previamente quando houve algum problema em relação à disponibilidade ou qualidade de algum produto
- Período de retirada dos pedidos (entre terça e sexta-feira) foi o suficiente
- Os produtos estavam em boa qualidade
- Os produtos foram entregues no dia/horário acordado
- Os prazos para pagamento foram adequados
- As informações de pagamento (valor, dados do PIX dos agricultores) foram passadas com agilidade
- O projeto atendeu às minhas expectativas
- Outro: _____

4. Indique os principais pontos negativos da Fase Experimental (selecione quantos quiser).

- Tempo que a lista de produtos fica disponível (entre sábado e terça-feira) foi insuficiente

- Organização da planilha de pedidos não estava clara

- Houve dificuldade em realizar os pedidos (devido a planilha, contatos do Whatsapp, outros)
- Pouca diversidade de alimentos
- Pouco volume de alguns alimentos
- Preços dos alimentos muito caros
- Dificuldade de comunicação com os responsáveis pela gestão dos pedidos (LACAF)
- Os dias de entrega (entre terça e sexta-feira) não atenderam às minhas necessidades
- Alguns alimentos não foram entregues e sem aviso prévio
- Algum alimento entregue estava estragado (murcho, amassado, apodrecido, etc.)
- Houve falta de pontualidade das entregas
- Houve dificuldade em deslocar-se até o local de retirada
- Dificuldade em realizar o pagamento
- Dificuldade em acessar o ponto de retirada dos produtos

Outro: _____

5. Você gostaria de continuar participando da iniciativa de compra/venda direta?

- Sim
- Não
- Talvez

6. Você teria alguma sugestão para o aprimoramento da proposta de compra/venda?

AENDICE D – questionário de avaliação da fase de compra/venda experimental [versão para agricultores]

1. Qual o nome do grupo de agricultores ao qual pertence?

2. Quantas famílias participaram dessa primeira etapa experimental de vendas para os restaurantes?

3. Como você avalia a sua participação na comercialização dos produtos na fase experimental?

- Comercializei uma quantidade insuficiente
- Precisaria ter comercializado mais
- Comercializei uma quantidade suficiente

4. Indique pontos positivos da fase experimental (selecione quantos quiser).

- O tempo para atualização da lista de produtos foi o suficiente
- Os pedidos chegaram em tempo hábil para colheita, organização e entrega
- O volume de pedidos compensou as entregas
- Foi fácil acessar o local de entrega dos produtos
- Os pagamentos foram recebidos nos prazos acordados
- Os restaurantes deram feedbacks positivos sobre a qualidade dos alimentos
- O projeto atendeu às expectativas do grupo
- Outro: _____

5. Indique os principais pontos negativos da Fase Experimental (selecione quantos quiser).

- O tempo para atualização da lista de produtos foi muito curto
- A planilha para inserir os produtos e quantidades não estava clara
- Os pedidos aumentaram muito a carga de trabalho dos agricultores
- O tempo para colheita e entrega dos pedidos foi muito curto
- Houve dificuldade em comunicar problemas na entrega ou qualidade de algum produto
- Houve dificuldade em contactar os responsáveis pela gestão dos pedidos (LACAF)
- O volume de pedidos não compensou as entregas
- Houve dificuldade em chegar até o local de entrega
- Houve dificuldade no acesso ao local de entrega dos produtos
- Houve dificuldade no recebimento dos pagamentos
- Outro: _____

6. O seu grupo gostaria de continuar participando da iniciativa de compra/venda com os restaurantes?

- Sim

- Não
- Talvez

7. Você teria alguma sugestão para o aprimoramento dessa proposta de compra/venda?
