



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

Marina Bustamante Ribeiro

Agroindústria Familiar, território e alimentação: ativação de recursos e a
construção social de mercados na Serra Catarinense

Florianópolis

2026

Marina Bustamante Ribeiro

Agroindústria familiar, território e alimentação: ativação de recursos e a
construção social de mercados na Serra Catarinense

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação
em Agroecossistemas da Universidade Federal de
Santa Catarina como requisito parcial para a
obtenção do título de Doutora em
Agroecossistemas.

Orientador: Prof. Dr. Ademir A. Cazella
Coorientador: Prof. Dr. Adinor José Capellesso

Florianópolis

2026

Ribeiro, Marina Bustamante

Agroindústria familiar, território e alimentação :
ativação de recursos e a construção social de mercados na
Serra Catarinense / Marina Bustamante Ribeiro ;
orientador, Ademir Antônio Cazella, coorientador, Adinor
José Capellesso, 2026.

329 p.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Ciências Agrárias, Programa de Pós-
Graduação em Agroecossistemas, Florianópolis, 2026.

Inclui referências.

1. Agroecossistemas. 2. Agroindústria familiar. 3.
Construção Social de Mercado. 4. Alimentação. 5. Recurso
Territorial. I. Cazella, Ademir Antônio. II. Capellesso,
Adinor José. III. Universidade Federal de Santa Catarina.
Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas. IV. Título.

Marina Bustamante Ribeiro

Agroindústria familiar, território e alimentação: ativação de recursos e a construção social de mercados na Serra Catarinense

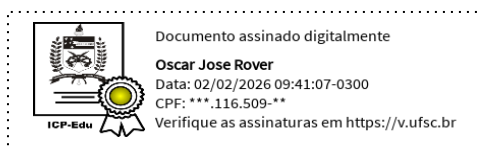
O presente trabalho em nível de Doutorado foi avaliado e aprovado, em 12 de dezembro de 2025, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. Itaan de Jesus Pastor Santos, Dr.
Universidade Estadual do Maranhão

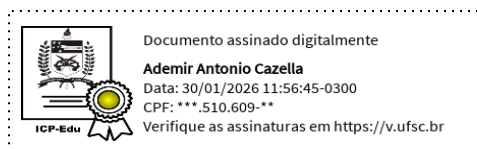
Prof^a. Monique Medeiros, Dra.
Universidade Federal do Pará

Prof^a. Mariana Oliveira Ramos, Dra.
Pós-Doutorado/Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas
Universidade Federal de Santa Catarina

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



Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas



Prof. Ademir A. Cazella, Dr.
Orientador

Florianópolis, 2026.

Ao meu filho Miguel,

Que o gosto pelos estudos desperte a curiosidade, o pensamento crítico e o cuidado com as pessoas e com os territórios. Que o conhecimento ilumine seu caminho e te ajude a ler o mundo com generosidade e a construir, com afeto e compromisso, trajetórias mais justas, solidárias e sustentáveis.

AGRADECIMENTOS

A gratidão marca o encerramento dessa jornada. Agradeço aos seres de luz que me acompanham, pela proteção e amparo que me mantiveram firme para seguir adiante. Sou grata a todas as pessoas, instituições e redes que se constituíram ao longo desse percurso e tornaram possível a realização desta pesquisa. Mais do que um processo individual, este trabalho é fruto de construção coletiva. Agradeço ainda, pela oportunidade de aprender e participar de um debate acadêmico que me mobiliza e inspira: a questão alimentar e suas múltiplas dimensões para o desenvolvimento territorial sustentável.

Minha família é parte fundamental dessa trajetória. Foi nela que encontrei o apoio cotidiano, compreensão nos momentos de ausência e incentivo para seguir adiante. Ao meu companheiro Dudu, agradeço pelo afeto, pela paciência e pela confiança, que sustentaram este percurso e deram sentido ao esforço dedicado a esta tese. Ao meu pequeno Miguel, peço desculpas pelas ausências e agradeço pelas presenças tão cheias de sentidos. Que este trabalho seja também um gesto de cuidado com o futuro que desejo para você.

Sou muito grata aos incentivos do querido amigo Acácio Zuniga, dos professores Alfredo Fantini e Valmir Stropasolas e da professora Marília Gaia. Agradeço a confiança e a torcida dos meus pais. À minha irmã Isabelle e às minhas tias Cidinha, Elsa e Lica, pelo carinho constante. Aos meus companheiros sempre presentes ao meu lado nos momentos de escrita – Fafico e Josi (gatos) e Nego (cachorro) – pela companhia silenciosa, mas que tornou esse processo mais leve.

Agradeço aos meus orientadores, professor Ademir Cazella e Adinor Capellesso, pela generosidade nas leituras, ponderações e reflexões. Kito, agradeço por aceitar o desafio de me orientar e pela sensibilidade diante das minhas insistências e inquietações. Adinor, sou grata pela amizade, pela atenção e pelo acolhimento nos momentos de dúvidas e angústias, bem como pelas orientações e conversas que qualificaram minhas reflexões e pelo acompanhamento cuidadoso em todo o processo de escrita desta tese. Obrigada pelo tempo, pela escuta e dedicação de vocês.

À Fundação de Amparo à Pesquisa de Santa Catarina (FAPESC) e a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela bolsa de doutorado, bem como ao Programa PDSE/CAPES, pela oportunidade da bolsa de

doutorado sanduíche. Ambas permitiram minha dedicação ao doutorado e a construção de diálogos com diversos pesquisadores.

Agradeço de forma especial à professora Geneviève Cortes, pelo acolhimento generoso e pela oportunidade de viver uma experiência singular na *Unité Mixte de Recherche Acteurs, ressources et territoires dans le développement* em Montpellier. Sou grata pelas conversas, reflexões e por me ajudar a encontrar o ponto central e fio condutor desta tese.

À banca de qualificação e defesa, agradeço pela leitura atenta e considerações preciosas para este trabalho. Monique, Mariana e Itaan, obrigada pela oportunidade de aprender com vocês.

Ao Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas - professores, coordenação e secretaria - pelo trabalho cuidadoso e comprometido. Aos professores e colegas do Lemate, em especial aos meus companheiros de campo Moisés Savian e Nicolas Wolff, e aos amigos de debates teóricos e também de descontração, Jorge Guimarães e Isabela Tsutiya, pela parceria e trocas tão significativas.

Minha imensa gratidão aos gestores e gestoras das Agroindústrias Familiares da Serra Catarinense, pela recepção, carinho, tempo e diálogo generoso, fundamentais para o desenvolvimento desta pesquisa e fontes de muita inspiração. Aos técnicos da Epagri dos municípios que compõem a Amures, à Ana Vieira (Amures) e ao Natal (Centro Vianeí), agradeço pelas informações compartilhadas e o aprendizado.

Jamais esquecendo minhas origens, agradeço ao professor Eduardo Ribeiro e à equipe PPJ/UFLA, aos agricultores e agricultoras do Vale do Jequitinhonha e às Organizações que lá atuam, ao professor Clarilton Ribas, ao MST, a equipe da Fundação Mundukide e aos amigos do Lecera/UFSC. Com vocês aprendi mais do que conceitos e métodos, aprendi sobre compromisso social, sobre a força das pessoas que resistem, cuidam e seguem construindo caminhos. Compreendi que a pesquisa ganha sentido quando dialoga com os territórios, com as lutas e com as pessoas que os constroem cotidianamente. Levo de cada conversa e de cada atividade de campo um aprendizado que guardo com profundo carinho e gratidão, pois moldaram não apenas esta pesquisa, mas também quem eu sou.

RESUMO

A abordagem do desenvolvimento territorial tem sido mobilizada para estudar a estruturação de sistemas alimentares alternativos, que integram dimensões produtivas, culturais, sociais e econômicas. Essa perspectiva atribui centralidade à valorização dos recursos locais, o que fortalece identidades territoriais, pode gerar oportunidades de inclusão social e ampliar o acesso a alimentos de qualidade. O caráter proativo dos atores sociais é central nesse processo, ao identificar desafios compartilhados e construir estratégias de enfrentamento aos impactos das crises ambientais e dos desequilíbrios socioeconômicos. Ao integrar diferentes iniciativas, o referencial teórico-metodológico da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST) evidencia o potencial da valorização conjunta de produtos e serviços ancorados no território, mobilizando atributos materiais (como paisagem e alimentos) e imateriais (como saber-fazer tradicional e cultura). A partir do quadro teórico da CBST, esta tese analisa os processos de ativação de recursos territoriais e a construção social de mercados por agroindústrias familiares (AIF) na Serra Catarinense. Parte-se das seguintes questões orientadoras: Que estratégias os atores vinculados às AIF mobilizam para valorizar os recursos territoriais em suas dinâmicas de atuação? De que forma esses atores constroem mercados e sinergias no âmbito de sistemas agroalimentares alternativos? Quais arranjos organizativos adotados por esses atores se configuram em novas oportunidades de fortalecimento territorial? A pesquisa de campo foi realizada em 2022 com trinta AIF do território da Associação dos Municípios da Região Serrana (Amures), utilizando como instrumento de coleta de dados a aplicação de um formulário, entrevista aberta e um diário de campo. A análise quantitativa e qualitativa dos dados revelou que as AIF diversificam os canais de comercialização, atuando em mercados de proximidade, territoriais e públicos. Mais da metade das AIF utilizam de dois a três canais e que predomina a venda no território da Amures. Os empreendimentos contribuem para a geração de renda, a conservação do saber-fazer e o fortalecimento de circuitos alimentares ancorados no território, que potencializam o consumo local de alimentos tradicionais. O estudo de mercados, associado ao referencial teórico utilizado, revela o reconhecimento e a mobilização dos ativos específicos não restrita a um grupo social e evidenciam o potencial das AIF enquanto iniciativas que articulam os componentes de uma CBST. Contudo, a pesquisa identificou desafios relacionados à governança territorial, destacando a necessidade de maior cooperação entre iniciativas privadas, serviços e agentes públicos. Apesar do potencial de contribuir para disponibilizar alimentos portadores de qualidades diferenciadas, observam-se limites para esse se expandir e contemplar um número maior de produtores e consumidores. Nesses termos, pode apontar que as AIF enriquecem a oferta, mas ainda enfrentam desafios estruturais e institucionais que limitam sua escala de atuação, como dificuldades de acesso a alguns mercados, barreiras logísticas, normativas sanitárias restritivas e baixa articulação entre os atores do território, o que dificulta que seus produtos alcancem um número maior de consumidores, especialmente aqueles em situação de vulnerabilidade social. Em síntese, as AIF contribuem para diversificar o sistema alimentar, mas não substituem o regime alimentar industrial.

Palavras-chave: recurso territorial; construção social de mercados; agroindústria familiar.

ABSTRACT

The territorial development approach has been mobilized to study the structuring of alternative food systems that integrate productive, cultural, social and economic dimensions. This perspective gives centrality to valuing local resources, which strengthens territorial identities, can generate opportunities for social inclusions and increase access to quality food. The proactive nature of social actors is central to this process, as they identify shared challenges and build strategies to tackle the impacts of environmental crises and socioeconomic imbalances. By integrating different initiatives, the theoretical-methodological framework of the Territorial Basket of Goods and Services (TBGS) highlights the potential of jointly valuing products and services anchored in the territory, mobilizing material attributes (such as landscape and food) and immaterial ones (such as traditional know-how and culture). Based on the TBGS theoretical framework, this thesis analyzes the processes of activating territorial resources and the social construction of markets by family agroindustries (FAI) in Serra Catarinense. It starts from the following guiding questions: what strategies do actors linked to FAI use to enhance the value of territorial resources in their operating dynamics? How do these actors build markets and synergies within alternative agri-food systems? What organizational arrangements adopted by these actors create new opportunities for territorial strengthening? The champ research was carried out in 2022 with thirty FAI from the territory of the Association of Municipalities of the Região Serrana (Amures), using a form, open interviews and a champ diary as data collection tools. The quantitative and qualitative analysis of the data revealed that the FAIs diversify their marketing channels, operating in local, territorial and public markets. More than half of FAIs use two to three channels and predominantly, with sales predominantly occurring within the Amures territory. The enterprises contribute to income generating, preserving know-how and strengthening food circuits anchored in the territory, which boost local consumption of traditional foods. The market study, combined with the theoretical framework used, reveals the recognition and mobilization of specific assets not restricted to one social group and highlights the potential of FAI as initiatives that articulate the components of a TBGS. However, the research identified challenges related to territorial governance, highlighting the need for greater cooperation between private initiatives, services and public agents. Despite the potential to contribute to providing food with distinctive qualities, there are limits to expand and reach a greater number of producers and consumers. In these terms, it can be pointed out that the FAI enrich the supply, but they still face structural and institutional challenges that limit their scale of operation, such as difficulties in accessing some markets, logistical barriers, restrictive health regulations and low coordination between actors in the territory, which makes it difficult for their products to reach a greater number of consumers, especially those in situations of social vulnerability. In summary, AIFs contribute to diversifying the food system, but they do not replace the industrial food regime.

Keywords: territorial resource; social construction of markets; family agroindustry

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Paisagem da Serra Catarinense	34
Figura 2- Mapa da Associação dos Municípios da Região Serrana (Amures), segundo faixas populacionais	36
Figura 3- Mapa de Santa Catarina com a distribuição de agroindústrias rurais da agricultura familiar, conforme Unidades de Gerenciamento Técnico da Epagri (UGTs), levantadas em 2016	39
Figura 4- Abordagens dos Sistemas Territoriais e Alimentares.....	63
Figura 5- Síntese da construção social de mercados, suas estruturas e significados	117
Figura 6- Articulação entre Sistemas Alimentares Alternativos, Mercados Territoriais e a Cesta de Bens e Serviços Territoriais	150
Figura 7- Espécies de cultivo na Serra Catarinense, com destaque para uva e a maçã	158
Figura 8- Rótulo da Marca Coletiva Sabor Serrano utilizada nas embalagens de panificados, produtos de origem vegetal e animal	184
Figura 9- Exemplos de produtos que utilizam mais de um signo distintivo	186
Figura 10- Exemplos de alimentos cultivados e formas de manejo da agricultura familiar na Serra Catarinense.....	198
Figura 11- Placa na agroindústria com referência as boas práticas no processamento e premiações de AIF que se destacaram pela qualidade dos produtos.	203
Figura 12- Elementos e textos que descrevem e valorizam a qualidade e a autenticidade dos produtos das AIF e do território	206
Figura 13- Parceria entre AIF e o agroturismo no território e espaço de comercialização de produtos das AIF, articulado pela Amures.....	210
Figura 14- Mapa das quatro regiões estudados no território da Serra Catarinense	212
Figura 15- Manejo produtivo da matéria-prima e produção artesanal do queijo serrano de leite cru com boas práticas de fabricação	228
Figura 16-: Da colheita ao preparo do pinhão para comercialização	229
Figura 17- Comercialização de um mesmo produto na feira no município de Lages, com e sem rótulo, atendendo diferentes interesses de consumidores	236

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Distribuição das AIF pesquisadas na Serra Catarinense, segundo a informalidade e os tipos de registros sanitários.....	188
Gráfico 2 - Porcentagem e tipos de assistência técnica que ofertam apoio técnico às AIF.....	190
Gráfico 3 - Fatores que os consumidores valorizam nos produtos agroindustrializados, segundo os gestores das AIF.....	206
Gráfico 4 - Desafios para a manutenção dos diferenciais de qualidade dos produtos apontados pelos gestores das 30 AIF entrevistados na Serra Catarinense.....	246
Gráfico 5 - Quantidade de tipos de produtos e de formas de apresentação junto às trinta agroindústrias familiares pesquisadas na Serra Catarinense em 2022.....	249
Gráfico 6 - Importância relativa das receitas auferidas pelos principais tipos de produtos, para as 30 agroindústrias familiares pesquisadas na Serra Catarinense em 2022.	251
Gráfico 7 - Frequência relativa de respostas quanto à área de abrangência acessada por algum canal de comercialização de produtos das 30 agroindústrias familiares entrevistadas na Serra Catarinense	255
Gráfico 8 - Classificação quanto ao grau de diversificação dos canais de comercialização de 29 agroindústrias familiares na Serra Catarinense	256
Gráfico 9 - Expressão relativa do valor da produção (%) comercializado em cada canal de comercialização utilizados por 29 agroindústrias familiares entrevistadas na Serra Catarinense*.....	258
Gráfico 10 - Canais de comercialização utilizados por 29 AIF, seguindo a distinção como principal ou secundário para cada uma delas, e a participação relativa de cada canal no montante comercializado por 27 delas na Serra Catarinense.	261
Gráfico 11 - Comparação da prática de preços de venda entre o principal canal e os demais canais da AIF.....	266
Gráfico 12 - Como são realizados os pedidos de compra no principal e nos demais canais de comercialização	270

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Síntese dos três regimes alimentares	95
Quadro 2 - Tipologia dos mercados da agricultura familiar	124
Quadro 3 - Distribuição absoluta e relativa dos estabelecimentos por faixa de área total e expressão relativa das áreas controladas por cada faixa na região da Amures, em 2017.	159
Quadro 4 - Municípios da Serra Catarinense, conforme o Censo Demográfico de 2010 e 2022.	162
Quadro 5 - Estratégias de construção de diferenciais dos produtos da AIF, conforme subcategoria de produção	204
Quadro 6 - Síntese de variáveis das agroindústrias familiares situadas nos quatro subterritórios da Serra Catarinense.....	226
Quadro 7 - Síntese das Características por Subcategoria de Produtos das AIF na Serra Catarinense.	234

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Quantidade de AIF por categoria e subcategoria, no território da Amures	41
Tabela 2 - Tamanho da amostragem por subcategoria de produtos	42
Tabela 3 - AIF inventariadas, distribuição da amostragem entre as categorias e faixas populacionais dos municípios na região da Amures das AIF amostradas.	43
Tabela 4 - Quantidade de estabelecimentos, valor da produção agropecuária (VPA), expressão absoluta e relativa da agricultura familiar, na região da Amures em 2017	159
Tabela 5 - Agroindústrias familiares inventariadas, distribuição da amostragem entre as categorias e faixas populacionais dos municípios na região da Amures e receita bruta anual das AIF amostradas.	248

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AIF	Agroindústria Familiar
Amures	Associação dos Municípios da Região Serrana
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
APACO	Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense
APROMEL	Associação de Produtores de Mel
ART-Dev	Unité Mixte de Recherche Acteurs, Ressources et Territoires dans le Développement
BPF	Boas Práticas de Fabricação
CBST	Cesta de Bens e Serviços Territoriais
CEASA	Centrais de Abastecimentos
CEPAGRO	Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo
CEPSH	Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos
Cirad	Centro de Cooperação Internacional em Pesquisa Agronômica para o Desenvolvimento
Cisama	Consórcio Intermunicipal Região Serrana
Consea	Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional
Conserra	Conselho de Turismo da Serra Catarinense
FAO/ONU	Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura
FAPESC	Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina
Funcitec	Fundação de Ciência e Tecnologia de Santa Catarina
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IG	Indicação Geográfica
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial
Lemate	Laboratório de Estudos da Multifuncionalidade Agrícola e do Território
MAPA	Ministério da Agricultura e Pecuária
MCSS	Marca Coletiva Sabor Serrano
MDA	Ministério de Desenvolvimento Agrário
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
ONG	Organizações Não Governamentais

PAA	Programa de Aquisição de Alimentos
PAT	Projetos Alimentares Territoriais
PCH	Pequenas Centrais Hidrelétricas
PIB	Produto Interno Bruto
PML	Prefeitura Municipal de Lages
PNAE	Política Nacional de Alimentação Escolar
Pronaf	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
Pronat	Programa de Desenvolvimento Sustentável dos Territórios Rurais
PTC	Programa Territórios da Cidadania
RQT	Renda de Qualidade Territorial
RT	Responsável Técnico
SAN	Segurança Alimentar e Nutricional
SAT	Sistema Alimentares Territorializados
SC Rural	Programa Santa Catarina Rural
SDT	Secretaria de Desenvolvimento Territorial
SIAL	Sistemas Agroalimentares Localizados
SIE	Serviço de Inspeção Estadual
SIF	Serviço de Inspeção Federal
SIM	Serviço de Inspeção Municipal
SISBI/POA	Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal
SPL	Sistema Produtivo Localizado
SUASA	Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária
TBC	Turismo de Base Comunitária
UDESC	Universidade do Estado de Santa Catarina
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UGT	Unidades de Gerenciamento Técnico
UHE	Usinas Hidrelétricas
VPA	Valor da Produção Agropecuária

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	18
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA.....	24
1.2	OBJETIVOS.....	30
1.2.1	Geral:.....	30
1.2.2	Específicos	31
1.3	JUSTIFICATIVA.....	31
1.4	PERCURSO E METODOLOGIA DE PESQUISA.....	35
2	SISTEMAS AGROALIMENTARES ALTERNATIVOS: DIVERGÊNCIAS E COMPLEMENTARIDADES COM OS SISTEMAS AGROALIMENTARES GLOBAIS 49	
2.1	NOÇÕES DE SISTEMAS ALIMENTARES E A INCORPORAÇÃO DOS PRECEITOS DA SUSTENTABILIDADE	50
2.2	A TERRITORIALIZAÇÃO E A SUSTENTABILIDADE DOS SISTEMAS ALIMENTARES	56
2.3	AS PERSPECTIVAS DA JUSTIÇA ALIMENTAR, DAS COALIZÕES E DO CONSUMO NOS SISTEMAS ALIMENTARES.....	64
2.4	ANCORAGEM TERRITORIAL: AS CONTRIBUIÇÕES DOS SISTEMAS ALIMENTARES PARA O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL SUSTENTÁVEL ..	69
2.5	RETERRITORIALIZAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DE RESILIÊNCIA NO SISTEMA AGROALIMENTAR.....	73
2.6	DISPUTAS DE PODER E A COEXISTÊNCIA DE MODELOS ALIMENTARES: DESAFIOS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	77
2.8	CONSIDERAÇÃO FINAIS DO CAPÍTULO 2	85
3	OS MERCADOS COMO CONSTRUÇÕES SOCIAIS: ARTICULAÇÃO DAS DIMENSÕES SOCIOCULTURAIS E ECONÔMICAS DE PRODUTOS E SERVIÇOS TERRITORIAIS	87
3.1	REGIMES ALIMENTARES: A DINÂMICA DA ALIMENTAÇÃO E O DESENVOLVIMENTO DOS MERCADOS	90
3.2	A ASCENSÃO DOS IMPÉRIOS ALIMENTARES E OS DESAFIOS AOS SISTEMAS ALIMENTARES TERRITORIAIS	96
3.3	CONTRIBUIÇÕES DE POLANYI PARA O ESTUDO DE MERCADOS....	101

3.4	A CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS: A VISÃO NEOCLÁSSICA E OS FUNDAMENTOS DA ECONOMIA DE MERCADO	108
3.5	A CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS: A IMERSÃO DAS AÇÕES ECONÔMICAS NAS RELAÇÕES SOCIAIS.....	111
3.6	A REESPACIALIZAÇÃO DOS ALIMENTOS E A DIVERSIFICAÇÃO DOS MERCADOS.....	118
3.7	MERCADOS E CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO	121
3.8	RELAÇÕES CONSTRUÍDAS ENTRE PRODUÇÃO E CONSUMO: O PAPEL DOS PRODUTORES E CONSUMIDORES NOS SISTEMAS ALIMENTARES	127
3.9	CONSIDERAÇÕES FINAIS DO CAPÍTULO 3.....	132
4	CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS E TERRITÓRIO DE PESQUISA.....	136
4.1	A ABORDAGEM TERRITORIAL NOS PROCESSOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.....	137
4.2	O REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO DA CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS.....	142
4.3	A COLONIZAÇÃO DA SERRA CATARINENSE: ASPECTOS DA HISTÓRIA ECONÔMICA E SOCIOCULTURAL	150
4.4	A SERRA CATARINENSE ENTRE A TRANSFORMAÇÃO E A CONTINUIDADE: CARACTERIZANDO AS NOVAS DINÂMICAS POPULACIONAIS E PRODUTIVAS	157
4.5	TERRITÓRIOS CONSTRUÍDOS: ANÁLISE SOCIOECONÔMICA E AMBIENTAL DO TERRITÓRIO DE PESQUISA	163
4.6	CONSIDERAÇÕES FINAIS DO CAPÍTULO 4	171
5	AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES E OS MECANISMOS DE MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS TERRITORIAIS NA SERRA CATARINENSE ...	175
5.1	DIFERENTES ABORDAGENS DE AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES E A TRAJETÓRIA DE CONSTRUÇÃO SOCIAL.....	176
5.1.1	Os conceitos de agroindústria e a agricultura familiar	177
5.1.2	As agroindústrias e a formalização.....	180
5.1.3	O papel do estado e das organizações de apoio às AIF.....	188
5.2	CARACTERIZAÇÃO DOS GESTORES, DAS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES E DOS PROCESSOS DE ATIVAÇÃO DE RECURSOS TERRITORIAIS	

5.2.1	A origem da matéria-prima e do trabalho das AIF	197
5.2.2	Os processos de ativação e os diferenciais adotados pelas AIF	202
5.2.3	Estratégias de ação coletiva dos atores ligados às AIF	208
5.3	ESPECIFICIDADES TERRITORIAIS E ESTRATÉGIAS DAS AIF NA SERRA CATARINENSE	212
5.3.1	Um território com diferenças geográficas e socioculturais	212
5.3.1.1	A Serra da Serra	214
5.3.1.2	A COEXISTÊNCIA DA MADEIRA COM A DIVERSIDADE	216
5.3.1.3	A REGIÃO DOS LAGOS	219
5.3.1.4	NÚCLEO DA REGIÃO DE LAGES	221
5.3.2	As diferenças entre as categorias e subcategorias de produtos	227
5.4	CONSIDERAÇÕES FINAIS DO CAPÍTULO 5	235
6	OS PROCESSOS DE CONSTRUÇÃO DE MERCADOS E OS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO DAS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES DA SERRA CATARINENSE	238
6.1	AS NOÇÕES DE QUALIDADE DOS ALIMENTOS DAS AIF DA SERRA CATARINENSE	238
6.2	GERAÇÃO DE RECEITA, ESPECIALIZAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO NAS SUBCATEGORIAS DE PRODUTOS	247
6.3	ANÁLISE DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO E DOS MERCADOS UTILIZADOS PELAS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES DA SERRA CATARINENSE.	254
6.4	OS PROCESSOS DE ORGANIZAÇÃO E AS DINÂMICAS DE COMERCIALIZAÇÃO DAS AIF	263
6.4.1	A CONSTRUÇÃO DAS RELAÇÕES COM OS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO	268
6.4.2	ESTRATÉGIAS DE RESILIÊNCIA: OS EFEITOS DA PANDEMIA DE COVID-19 NA COMERCIALIZAÇÃO DOS ALIMENTOS DAS AIF.	270
6.5	CONSIDERAÇÕES FINAIS DO CAPÍTULO 6	272
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	275
	REFERÊNCIAS	283
	APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)	303

APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO ÀS AGROINDÚSTRIAS	
FAMILIARES	305

1 INTRODUÇÃO

A análise da questão alimentar envolve a produção, distribuição e acesso aos alimentos. Contudo, a melhor compreensão dessa temática exige compreender os hábitos, práticas e escolhas de indivíduos e coletividades, considerando aspectos culturais, nutricionais e sociais que orientam o consumo de alimentos. Para atender essas demandas, coexistem diferentes formas de produção dos alimentos, em uma dinâmica que sofre influências de fatores econômicos, políticos e sociais, que impactam os espaços rurais e urbanos¹, refletindo no papel da agricultura familiar e nas estratégias de comercialização. Nesse contexto de transformação das formas de produção e de acesso se evidenciam desafios estruturais, como falhas no abastecimento, desperdício de alimentos, desigualdades de acesso e fome. Além da capacidade de atender a demanda alimentar, questões ambientais e a qualidade da produção são aspectos fundamentais nesse debate, pois há uma discussão crescente sobre as práticas agrícolas sustentáveis, o manejo sustentável dos recursos naturais, os impactos da industrialização sobre o ambiente e à saúde do consumidor e o modelo de desenvolvimento almejado.

Na segunda metade do Século XX, a discussão sobre desenvolvimento tem se pautado na adoção de medidas voltadas à superação da pobreza, com vistas a garantir o atendimento das carências sociais da população. Ao entender a diversidade como possibilidade para criação de dinâmicas econômicas, a abordagem territorial do desenvolvimento começou a ganhar força no Brasil a partir da década de 1990. Particularmente no rural, essa formulação procura romper com a perspectiva setorial agropecuária orientada à padronização e aos ganhos de escala, incorporando uma perspectiva multiescalar e intersetorial, o que permite melhor compreender as dinâmicas territoriais. Enquanto procura valorizar recursos específicos, o local continua a sentir os efeitos das dinâmicas econômicas e geopolíticas internacionais, mas seu diferencial está em evitar o fatalismo homogeneizador, segundo o qual restariam apenas diferenças de atividades produtivas especializadas, padronizadas e

¹ A diferenciação de espaços rurais e urbanos são entendidos a partir dos critérios adotados por Veiga (2002). Dessa maneira, se considera a densidade populacional, população e localização. Para o autor, os municípios rurais são de pequeno porte, possuem até 50 mil habitantes e menos de 80 hab/km², e estão fora da região metropolitana.

destinadas aos mercados globais, as quais fossem eficientes em decorrência de vantagens comparativas dos recursos naturais (Pecqueur, 2024).

Diferente de outros conceitos que veem o desenvolvimento de forma passiva e induzida por atores externos, a abordagem territorial confere centralidade ao processo de mobilização permanente e coletiva de atores que buscam se diferenciar e construir estratégias inclusivas por meio da ativação de recursos próprios. No que se refere aos territórios rurais, as estratégias dos projetos de desenvolvimento mobilizadas por atores locais incluem a valorização dos seus atributos paisagísticos, culturais e históricos para a diversificação da economia local. Sem uma receita única, devem ser adotadas estratégias próprias para cada situação, com o propósito de resolver problemas comuns identificados pelos atores em uma circunstância temporal e espacial (Pecqueur, 2005). O mecanismo de territorialização tem nos recursos específicos do território a base para a inovação, os quais permitem a diferenciação de seus produtos e serviços em relação a outros territórios, base para formular estratégias particulares de desenvolvimento territorial sustentável.

A proposta de desenvolvimento baseada nas particularidades territoriais está intimamente ligada ao cenário atual, marcado pelos impactos das mudanças climáticas, pelo esgotamento dos recursos naturais e, sobretudo, pelo distanciamento entre os locais de produção e consumo dos alimentos. Diante dessas instabilidades e das profundas desigualdades sociais, a colaboração entre diversos atores sociais torna-se essencial para a construção de estratégias que promovam um desenvolvimento alinhado às especificidades ecológicas, culturais e históricas de cada território e de seus povos (Hirczak; Janin; Lapostolle, 2022). Em outras palavras, diante dos desafios ambientais globais, há necessidade de os atores construïrem estratégias particulares que respeitem a capacidade de suporte de seus ecossistemas e contemplem as demandas da população.

As experiências orientadas pela perspectiva do desenvolvimento sustentável, baseadas na ativação de recursos territoriais específicos, resultaram em uma infinidade de iniciativas em diferentes territórios. Ao analisar a coexistência e interação dessas iniciativas em um mesmo território, pesquisadores franceses identificaram a possibilidade de estabelecer sinergia entre elas, o que resultou na abordagem da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST). Este referencial teórico-metodológico foi formulado originalmente para explicar dinâmicas locais de desenvolvimento no território francês de Baronnies. Assim, evidenciou-se a possibilidade de valorização e

reconhecimento de bens e serviços produzidos com diferenciais de qualidade e saber-fazer que, associados ao cenário territorial, resultam em efeito sinérgico capaz de potencializar o desenvolvimento territorial e possibilitar geração de renda superior ao que seria gerado por ações isoladas (Pecqueur, 2001; 2005; 2006; Mollard, 2001).

O modelo de análise da CBST contrasta com a padronização de bens e serviços típicos de uma abordagem produtivista, que caracteriza o modelo industrial baseado em ganhos de escala e na padronização. Neste sentido, a CBST é uma abordagem que se vincula à sustentabilidade e cria novas possibilidades aos territórios rurais que foram marginalizadas no modelo agrícola produtivista (Cazella *et al.*, 2020). Ainda que, nas economias do Sul global, ocorra um dualismo entre o moderno e o tradicional, a produção familiar predomina na maioria das zonas rurais e setores (Cazella; Dorigon; Pecqueur, 2022). Como destaca Schneider (2009), a marca da agricultura familiar é a sua diversidade, o que pode ser um entrave à padronização proposta pelo modelo globalizado, enquanto representa a base de recursos a serem ativados para a diferenciação territorial.

O modelo de análise da CBST orienta não apenas a identificar as potencialidades do território, mas também compreender como atividades produtivas se articulam com recursos específicos e serviços ofertados de forma integrada à paisagem, à tradição e à história local. Essa articulação envolve a atuação conjunta de atores privados, associativos e públicos presentes no território, promovendo dinâmicas de desenvolvimento mais enraizadas, sustentáveis e alinhadas com as singularidades e demandas locais. Ressalta-se que a realidade francesa difere significativamente de muitas outras realidades sociais. No caso brasileiro, por exemplo, a adaptação desse modelo teórico-metodológico exige uma atenção especial ao tema da inclusão social (Cazella *et al.*, 2020; Cazella; Dorigon; Pecqueur, 2022). Nesse contexto, o desenvolvimento não se restringe apenas aos ganhos econômicos de quem produz bens e presta serviços de qualidade, sendo remunerado pela elevação de seus preços. Há que se considerar em que medida são criadas oportunidades de acesso a alimentos de qualidade, de valorização da cultura local e de geração de oportunidades e melhoria da qualidade de vida para todos os atores envolvidos no território. Em outras palavras, a ampliação do acesso se configura em novas oportunidades, não centradas na lógica de mercado, mas em uma lógica mais solidária e política para alcançar uma verdadeira “democracia alimentar” (Hirczak; Janin; Lapostolle, 2022).

Entre as possibilidades de ação dos atores, estudos empíricos conduzidos em territórios rurais catarinenses destacam que as Agroindústrias Familiares (AIF) são iniciativas que, geralmente, ofertam produtos de qualidade ao mesclar a tradição com ações inovadoras na transformação de produtos e na construção de mercados territoriais, que podem ser associados a distintas formas de serviços (Tecchio *et al.*, 2021; Lauermann; Capellesso; Gazolla, 2022; Capellesso *et al.*, 2025). Essas iniciativas têm origem nas ações de famílias de agricultores que buscam alternativas de geração de renda, sobretudo, para aqueles que se deparam com barreiras a atuação em sistemas produtivos de *commodities*. Contudo, em uma abordagem ampliada de AIF, observa-se que é possível ativar recursos territoriais e promover desenvolvimento sem necessariamente pertencer à categoria de agricultura familiar. Nesse sentido, tanto estruturas situadas no meio rural quanto no urbano contam com gestores e estratégias inseridas nas relações territoriais que se diferenciam da lógica da grande indústria. Nesta pesquisa foram identificados aproximadamente dois terços de estruturas no meio rural, restando cerca de um terço no meio urbano. Essas compartilham a busca por diferenciar-se do modelo hegemônico, o que viabiliza a criação de diferenciais qualitativos associadas aos recursos territoriais e demais produtos elaborados. Outra forma de valorizar os bens e serviços está relacionada às características específicas dos mercados construídas pelos atores sociais vinculados às AIF, a exemplo dos mercados de proximidade e territoriais (Lauermann, 2023).

A base da dinâmica territorial aproxima produtores e consumidores, em relações que permitem a circulação de produtos e serviços com especificidades territoriais, em síntese, construindo mercados (Cazella; Dorigon; Pecqueur, 2022). Essas interações não são necessariamente harmônicas, visto que as relações de poder estão presentes e podem ser marcadas pela disputa. Nesse sentido, o território configura o ponto de partida para compreender as relações comerciais, as trocas econômicas e a concorrência entre agentes (Cazella *et al.*, 2024). Portanto, ao centrar a análise sobre a ação dos atores, o enfoque da CBST permite a articulação com o enfoque teórico dos mercados de proximidade e territoriais, já que esses conceitos valorizam as relações, o contexto local e as dinâmicas sociais que dão sentido aos mercados.

Na Serra Catarinense², campo empírico dessa pesquisa, o território é historicamente marcado pela coexistência de dinâmicas hegemônicas que moldaram o uso da terra e as formas de organização social e produtiva. Atualmente, as áreas agrícolas são ocupadas principalmente com produções de *commodities*, principalmente pecuária de corte, madeira, soja e maçã. Nesse contexto, a agricultura familiar se constituiu e coexiste em um espaço de disputa, buscando manter suas terras e modos de vida, ao mesmo tempo em que constrói alternativas para inserção econômica para suas produções. Enquanto alguns encontram espaços para atuar em cadeias padronizadas (ex. maçã), outros procuram estratégias diferenciadas de valorização dos recursos territoriais. Entre essas, destaca-se o processamento de alimentos, prática comum nas cozinhas domésticas, que se tornou uma atividade de fortalecimento econômico que apresenta fortes vínculos com a cultura e tradição alimentar, saber-fazer de gerações passadas e de qualidade artesanal, as quais passam a ser valorizadas nos mercados.

Esses alimentos diferenciados revelam dinâmicas sociais centrais ao estudo, nas quais as agroindústrias familiares se afirmam como expressão de inovação, articulando identidade territorial, construção de mercados e desenvolvimento sustentável na Serra Catarinense. Essa construção social dos mercados pelos gestores das AIF se distingue dos mecanismos clássicos de oferta e demanda (Schneider, 2016). Nesse contexto, a dinâmica não se restringe apenas aos preços e quantidades, mas envolve relações mais complexas entre produtores e consumidores. Assim, os gestores das AIF, para além de serem proprietários e assumirem funções administrativas e produtivas, atuam como articuladores de sentidos e significados, que atravessam o fazer agroindustrial e a inserção nos mercados territoriais. São eles que traduzem valores locais em estratégias econômicas, mobilizando elementos da cultura, da identidade e da confiança. Nessa perspectiva, os gestores não apenas administram a produção, mas constroem pontes entre o território e o mercado, o que

² Foram identificadas diferentes denominações para o território em estudo: Campos de Lages, Planalto Serrano Catarinense, Serra Catarinense e Região Serrana Catarinense. Cada uma dessas designações pode corresponder a diferentes arranjos de municípios, decorrentes seja de atos normativos, políticas regionais, institucionais ou formas de organização social. Neste estudo vamos utilizar o recorte e as denominações de Serra Catarinense ou Região Serrana, em referência ao território de estudo, composto por dezoito municípios que compõem a Associação dos Municípios da Região Serrana (AMURES): Anita Garibaldi, Bocaina do Sul, Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Campo Belo do Sul, Capão Alto, Cerro Negro, Correia Pinto, Lages, Otacílio Costa, Paineira, Palmeira, Ponte Alta, Rio Rufino, São Joaquim, São José do Cerrito, Urubici e Urupema.

os torna atores centrais na valorização simbólica dos alimentos e na reprodução social das famílias e comunidades

O olhar territorial exige considerar os limites da distinção espacial entre rural e urbano. Os gestores das AIF que se encontram na sede dos municípios (urbano) têm, em sua maioria, uma forte relação com a agropecuária, já que a matéria-prima principal tem origem no espaço 'rural'. Os desafios enfrentados pelos gestores dessas AIF pouco se diferenciam daqueles que são conduzidas por famílias de agricultores. Entre as diferenças destaca-se a maior facilidade de acesso pelos consumidores via canais de proximidade, o que favorece a consolidação dos mercados. Em paralelo, coexiste a fragilidade de apoio do Estado, na medida que algumas políticas públicas são destinadas exclusivamente a agricultores (ex. crédito rural, assistência técnica etc.).

Ao adotar a abordagem territorial com base no referencial da CBST, as temáticas que envolvem as AIF envolvem signos distintivos, construção de mercados e governança territorial, bem como elas se articulam com as diversas iniciativas de bens e serviços, a exemplo do agroturismo. Essas são algumas bases dos estudos empíricos que vem sendo conduzidas na Serra Catarinense pela equipe do Laboratório de Estudos da Multifuncionalidade Agrícola e do Território (Lemate), vinculado a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Entre esses, estão dois projetos ao qual esta tese está implicada: “Desenvolvimento territorial sustentável: interfaces entre a cesta de bens e serviços, mercados e marcas territoriais”³ e “Inovação e transição sustentável: cesta de bens e serviços em territórios Amazônicos”⁴. Ambos contam com a participação e apoio de diferentes instituições, por meio de pesquisadores, estudantes e gestores públicos.

O contexto desta tese se insere mais especificamente nos estudos com os mercados alimentares construídos por gestores de agroindústrias familiares, na Serra Catarinense, possibilitando reflexões sobre o acesso a alimentos de qualidade no território. Desta forma, a discussão abordada se inscreve nas análises sobre as estratégias de desenvolvimento territorial sustentável para as zonas rurais (em sentido amplo, não restrito ao agrícola), a partir das iniciativas dos responsáveis pelas

³ Edital de Chamada Pública FAPESC n. 12/2020 – Programa de Pesquisa Universal, Termo de Outorga n. 2021TR000531.

⁴ Edital de Chamada Pública Confap n. 003/2022 – Programa de Apoio a projetos de pesquisa iniciativa Amazônia + 10, que conta com o financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC), Edital Suplemento n. 28/2022.

agroindústrias familiares e das relações entre atores sociais, procurando compreender as ações dos gestores na oferta de alimentos territoriais de qualidade nos diversos canais de comercialização. Para isso, foi realizada uma pesquisa junto a trinta agroindústrias familiares presentes em espaços rurais e urbanos do território da Associação dos Municípios da Região Serrana (Amures), utilizando como instrumento de coleta de dados a aplicação de um formulário, acompanhado de uma entrevista aberta e um diário de campo. Os dados coletados foram analisados quantitativa e qualitativamente.

Esta tese está dividida em 6 capítulos, mais as considerações finais. Em continuidade desta introdução, as seções a seguir abordam a descrição e a delimitação do problema de pesquisa (1.1), os objetivos orientadores do desenvolvimento da pesquisa (1.2), a justificativa e a relevância do estudo (1.3) e o percurso metodológico, incluindo as escolhas adotadas e as etapas da pesquisa (1.4). Nos Capítulos 2, 3 e 4 são apresentados os referenciais teóricos. O Capítulo 2 aborda o debate dos sistemas agroalimentares, suas limitações e potencialidades, analisados sob a atual conjuntura sócio-ambiental. O Capítulo 3 traz uma análise dos regimes alimentares enquanto uma abordagem que detalha a construção política e econômica em uma perspectiva histórica sobre os sistemas agroalimentares. Nesse capítulo é discutido os conceitos de imersão e construção social dos mercados, revelando a importância das interações sociais. O Capítulo 4 apresenta uma reflexão sobre a perspectiva do desenvolvimento territorial sustentável formulada a partir do referencial teórico-metodológico da Cesta de Bens e Serviços Territoriais e a caracterização do território de pesquisa. Os Capítulos 5 e 6 descrevem os resultados da pesquisa, analisados à luz dos referenciais teóricos. Mais especificamente o Capítulo 5 apresenta o perfil dos gestores e da mão de obra envolvida nas diferentes atividades relacionadas a AIF, a caracterização dos empreendimentos e os mecanismos de mobilização dos recursos territoriais. O Capítulo 6 apresenta os processos de construção de mercados e de canais de comercialização das agroindústrias familiares da Serra Catarinense.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

As organizações internacionais destacam muitas preocupações em torno da alimentação e da agricultura. Em 2019, o relatório *Food Systems at Risk* – elaborado pela Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), União

Europeia e o Centro de Cooperação Internacional em Pesquisa Agronômica para o Desenvolvimento (Cirad) – destacou os riscos globais relacionados ao crescimento populacional, à degradação dos recursos naturais e às mudanças climáticas. O relatório também alertou para a urgência de transformar os sistemas alimentares, orientando-os para um caminho mais sustentável, capaz de enfrentar esses desafios e garantir a segurança alimentar⁵ no longo prazo (David-Benz *et al.*, 2022). Em 2021, a Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas dirigiu atenção especial à alimentação e à agricultura nas negociações climáticas (ONU, 2021). A razão para a urgência estava no reduzido tempo para atingir a meta de enfrentamento da crise climática associado ao risco de danos ambientais irreversíveis, ao aumento da pobreza extrema e da fome, além de maior impacto aos sistemas alimentares.

Após um aumento significativo da fome associada aos eventos ligados à pandemia de COVID-19, a prevalência global da desnutrição e os preços dos alimentos permaneceram praticamente estáveis pelos três anos que se seguiram (FAO *et al.*, 2024). Estima-se que, em 2023, a insegurança alimentar moderada e grave atingiram 28,9% da população mundial, ou 2,33 bilhões de pessoas (FAO *et al.*, 2024). As desigualdades aparecem de forma mais evidente em países com rendas mais baixas, onde as diferenças de acesso aos recursos econômicos impactam na aquisição de uma alimentação saudável (HLPE, 2022).

Nesse contexto, a valorização dos recursos territoriais e das práticas locais emergem como respostas possíveis para acessar alimentos diante de limitações impostas por modelos produtivistas e homogêneos, que frequentemente ignoram as especificidades socioculturais e ambientais dos territórios. Assim, ao reconhecer o papel dos territórios na geração de alternativas sustentáveis, destaca-se a importância de reaproximar os elos entre produção e consumo como forma de fortalecer os sistemas alimentares locais e ofertar alimentos de qualidade para população local.

⁵ Com origem no pós Segunda Guerra Mundial, o conceito de Segurança Alimentar surge como expressão síntese da busca por soluções para uma população europeia faminta e sem plenas condições para produzir alimentos. Hoje, o termo Segurança Alimentar não é suficiente para dar conta da complexidade dos desafios contemporâneos relacionados à alimentação. Essa noção muitas vezes não contempla aspectos fundamentais como a origem dos alimentos, as formas de produção, os impactos ambientais, as condições de trabalho e as culturas alimentares locais. Nesse sentido, desde os anos de 1990, tem ganhado força o conceito de Soberania Alimentar, reconhecendo que o direito à alimentação adequada envolve muito mais do que o simples fornecimento de calorias: trata-se de garantir um sistema alimentar que respeite as pessoas, o meio ambiente e a diversidade de formas de vida e de produção.

Para Hirczak, Janin e Lapostolle (2022), a desconexão entre os locais de produção e consumo é um dos elementos que limitam a inserção econômica dos territórios no modelo globalizado, exigindo que esses encontrem estratégias alternativas de desenvolvimento a partir da ativação de seus recursos. Para alcançá-lo é necessário a mobilização dos atores para elaborar estratégias coletivas para enfrentar as externalidades negativas do modelo global, com base em uma identificação coletiva em torno de uma cultura e do território (Pecqueur, 2005). Neste sentido, o debate sobre desenvolvimento territorial sustentável tem se destacado nas agendas políticas e acadêmicas, especialmente, diante dos desafios de inclusão social e valorização das especificidades locais.

No meio rural, é comum que as iniciativas de processamento e comercialização de produtos conduzidas por agricultores familiares procurem se diferenciar da lógica padronizadora dos mercados de *commodities*. Uma possibilidade é a valorização da trajetória histórica na qual estão imersos, com as suas tradições e saber fazer. Nesse processo de mobilização, a oferta específica de recursos do território vai se transformando no mercado e sendo reconhecida pelos consumidores. Ao valorizarem a oferta territorial por diversos elementos tangíveis e intangíveis, os consumidores passam a desempenhar um papel central e ativo. A mobilização de recursos com características específicas só ganha força quando as pessoas que fazem parte do território (produtores, associações, instituições e também os consumidores) trabalham próximas e conectadas entre si. O desenvolvimento territorial não depende só de políticas públicas ou dos produtores, ele acontece a partir de relações de confiança e proximidade entre todos os envolvidos.

Nas economias do Sul global, os princípios do desenvolvimento territorial já fazem parte das práticas historicamente consolidadas. Contudo, sua relevância tem se intensificado no contexto da globalização, especialmente, para os atores e regiões economicamente periféricos, que buscam diferenciar seus produtos como forma de evitar que todas as suas atividades fiquem expostas aos riscos da concorrência global (Pecqueur, 2005).

No Brasil, a modernização da agricultura ocorreu de forma desigual e seletiva. As análises evidenciam o privilégio dos produtores detentores de grandes propriedades, monoculturas e o uso intensivo de insumos industriais, que reforçam a dependência de tecnologias e mercados globais, a concentração de terras, a exclusão de produtores e o aumento das desigualdades. Ao selecionar agricultores que

dispõem de diversos recursos favoráveis ao modelo de agricultura orientado pela escala, percebe-se uma progressiva redução da participação dos agricultores familiares de cadeias produtivas de maior valor. Deixados à margem dessa possibilidade de inserção econômica, resta aos produtores o desafio de encontrar novas formas de inserção no mercado.

Agricultores e organizações ligadas à agricultura familiar têm buscado alternativas produtivas, novos mercados, formas de organização e arranjos institucionais mais compatíveis com suas realidades sociais, econômicas e políticas.

Nesse contexto, a diferenciação dos produtos por formas alternativas de se produzir e comercializar, ocorre por meio de disputas, mediações e negociações que se articulam à construção social dos mercados revelando dinâmicas complexa. A noção de “alternativas produtivas” é ambígua e potencialmente normativa, na medida em que tende a sugerir ruptura com o modelo agroalimentar hegemônico, quando, empiricamente, observa-se a coexistência e a interdependência entre circuitos ditos alternativos e convencionais. Além disso, segundo Goodman, DuPuis e Goodman (2012), o uso desse termo pode carregar uma valorização implícita das pequenas escalas, frequentemente associadas a ideias de justiça e sustentabilidade, o que obscurece desigualdades, precarizações e interdependências presentes nesses sistemas. Diante disso, há a necessidade de compreender os sistemas alimentares para além da dicotomia entre “alternativo” e “convencional”, considerando-os como arranjos dinâmicos, híbridos e situados, atravessados por relações de poder, negociações institucionais e múltiplas escalas de ação.

Ainda que a busca por novos mercados represente uma estratégia importante de diversificação e valorização dos produtos locais, ela também impõe limites à participação de determinados grupos. No caso específico das ações voltadas ao desenvolvimento territorial, observa-se uma concentração em torno dos “três agros” (agroecologia, agroturismo e agroindústria familiar). Embora esses gerem oportunidades a muitos atores, ainda permanece a exclusão de populações mais fragilizadas socialmente (Cazella, 2006).

Em estudo conduzido por Medeiros *et al.* (2020), no litoral norte do Rio Grande do Sul, foram identificadas iniciativas cooperadas entre diferentes organizações, articulando saberes tradicionais com práticas inovadoras. Essas ações visavam equilibrar os entraves produtivos enfrentados pela agricultura familiar com a necessidade de preservação ambiental e com a busca por novas formas de inserção

no mercado. O estudo destacou como elementos centrais as agroindústrias familiares, os circuitos curtos de comercialização e a interação com diversos atores sociais. No entanto, o alcance dessas experiências ainda se mostrava restrito quanto à inclusão de diferentes perfis de agricultores familiares, o que evidencia desigualdades persistentes no acesso às oportunidades geradas por tais iniciativas.

O investimento em empreendimentos de processamento de alimentos, como as agroindústrias familiares, demanda acesso a recursos financeiros, seja por meio de crédito rural, financiamentos específicos e/ou capital de giro. Essa necessidade, por si só, já representa uma barreira significativa para a inclusão de diferentes perfis de agricultores familiares, especialmente, os mais vulneráveis socioeconomicamente. Essa limitação evidencia uma das contradições centrais do processo de valorização territorial: embora a agroindustrialização seja apresentada como estratégia de fortalecimento da agricultura familiar e de promoção da inclusão social, nem todos os agricultores dispõem das mesmas condições materiais, técnicas e organizativas para dela participar. A capacidade de gerar autonomia e inserção depende de fatores estruturais como acesso à terra, ao crédito, à assistência técnica e às políticas públicas, que ainda se mostram desiguais entre os diferentes perfis de agricultores familiares. Além disso, as exigências legais, sanitárias e burocráticas associadas à formalização dos empreendimentos frequentemente reforçam desigualdades preexistentes, favorecendo atores mais capitalizados e com maior capacidade de articulação institucional. Nesse sentido, torna-se necessário tensionar a própria noção de “inclusão”, reconhecendo que mesmo iniciativas ancoradas em mercados territorializados e em estratégias organizativas endógenas podem reproduzir, sob novas formas, mecanismos de exclusão e assimetrias de poder historicamente construídas no meio rural.

No entanto, a inclusão social no âmbito das agroindústrias familiares não se restringe à geração de renda para o gestor do empreendimento, ou o acesso a políticas de fomento. Ela envolve também a ampliação das possibilidades de ação e interação social que emergem a partir do momento em que os produtos passam a circular em mercados territoriais. Nesses espaços, o gestor deixa de ser apenas um produtor ou comerciante e passa a atuar como agente articulador de vínculos sociais, culturais e econômicos, ampliando as potencialidades do território ao promover formas mais justas e sustentáveis de desenvolvimento territorial. Essa dimensão das relações revela o potencial transformador das agroindústrias, mas também seus limites, pois a

consolidação de mercados territorializados depende de processos coletivos de cooperação, de reconhecimento social e de políticas públicas que assegurem condições equitativas de participação. A inclusão, portanto, deve ser pensada tanto no acesso aos recursos quanto na ampliação das capacidades de inserção e participação dos diferentes atores no território.

Segundo o Censo Agropecuário (2017), quando se observam os dados pela tipologia do produtor no Brasil, observa-se que as unidades agroindustriais estão presentes em maior número na agricultura familiar (84,52%). Porém, quando analisado o valor da produção e o valor de venda dos produtos, a agricultura familiar tem menores percentuais (42,84% e 37,65%, respectivamente), quando comparadas às agroindústrias de categoria não familiar (IBGE, 2017; 2020). Isso pode sugerir diferentes limitações: 1) de escala, ou seja, a agroindústria da agricultura familiar opera com menor capacidade produtiva; 2) desigualdade de acesso a mercados formais; 3) menor valor agregado ou limitações para a precificação dos produtos de forma competitiva; e 4) menor acesso a capacitações, assistência técnica, tecnologias, políticas públicas e créditos. Em complemento, essa contradição entre maior concentração de agroindústrias e participação inferior no que se refere ao valor de produção e venda aponta para um potencial subutilizado. Tal cenário revela a necessidade de se criar estratégias diferenciadas que reconheçam as especificidades da agricultura familiar, promovendo uma inserção mais qualificada nos mercados. Essa valorização pode contribuir para uma distribuição mais equitativa dos benefícios econômicos e sociais da agroindustrialização e fortalecer o papel da agricultura familiar no desenvolvimento territorial.

Entretanto, ainda são escassas as análises territoriais que exploram como gestores das agroindústrias familiares constroem mercados para a produção diferenciada. Além disso, há lacunas sobre a caracterização e a dinâmica dos mercados, bem como sobre as possibilidades de estes possibilitarem o acesso a alimentos de qualidade a população mais fragilizada socialmente. Esses desafios dialogam com a possibilidade de promover um desenvolvimento territorial sustentável, a partir das AIF e dos mercados socialmente construídos.

Estudos empíricos de construção social de mercados por agricultores familiares em diferentes territórios, nos permitem alguns apontamentos (Marques; Conterato; Schneider, 2016; Cenci, 2022; Lauermann, 2023). Apesar de pouco estudado, o território da Serra Catarinense se revela promissor nesse sentido, o que nos leva à

busca por compreender como as AIF atuam na valorização de recursos territoriais e na construção de mercados. Considerando a problemática apresentada, a presente tese propõe-se a responder às seguintes questões centrais: quais estratégias os atores vinculados às agroindústrias familiares mobilizam para valorizar os recursos territoriais em suas dinâmicas de atuação? De que forma esses atores constroem mercados e sinergias no âmbito de sistemas agroalimentares alternativos? Quais arranjos organizativos adotados por esses atores se configuram em novas oportunidades de fortalecimento territorial?

Os elementos a serem analisados na tese relacionam as ações dos atores territoriais em torno da oferta de alimentos de qualidade, com destaque para a valorização do saber-fazer, da cultura e da história local. Além disso, a construção social de mercados a partir da aproximação entre produtor e consumidor, configura-se como um aspecto de análise, ao revelar dinâmicas com potencial para promover processos de desenvolvimento territorial sustentável.

Com base nesses elementos, a pesquisa se orienta pela seguinte hipótese analítica. Os gestores das AIF valorizam recursos territoriais por meio da incorporação de práticas tradicionais, do uso de matérias-primas locais e de narrativas associadas à cultura regional, como estratégia de diferenciação e enraizamento territorial. Supõe-se, ainda, que a construção de mercados ocorre prioritariamente por meio de canais de comercialização de proximidade e territoriais, sustentadas por relações de confiança e reciprocidade entre produtores e consumidores. Por fim, considera-se que arranjos coletivos com parcerias interinstitucionais fortalecem o território ao ampliar acesso a mercados, compartilhar recursos e articular ações coletivas de desenvolvimento territorial sustentável.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Geral:

Analisar as estratégias dos atores sociais e os processos de ativação de recursos territoriais na produção e construção de mercados pelas agroindústrias familiares da Serra Catarinense.

1.2.2 Específicos

- 1) Articular a abordagem dos sistemas agroalimentares e dos mercados territoriais ao referencial teórico-metodológico da CBST, com vistas a compreender o papel desempenhando pelas AIF na Serra Catarinense.
- 2) Descrever as dinâmicas dos contextos socioeconômicos e ambientais da Serra Catarinense e analisar como as agroindústrias familiares moldam trajetórias e ativam recursos territoriais.
- 3) Compreender como os processos de construção de mercados pelas agroindústrias familiares da Serra Catarinense contribuem para o acesso pelos consumidores e geração de renda aos produtores.

1.3 JUSTIFICATIVA

A questão alimentar tem sido tema de interesse da pesquisadora, constituindo-se um eixo central da trajetória acadêmica e profissional. Essa iniciou-se durante a graduação em Agronomia, participando de projetos de pesquisa e extensão com a agricultura familiar no Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais. Durante o mestrado, o objetivo foi articular diferentes perspectivas dos atores sociais com atuações no meio rural, as quais pudessem contribuir para melhores entendimentos para ações de desenvolvimento. Nos anos de atuação profissional que se seguiram, os projetos de assessoria foram voltados para assentados da reforma agrária com foco na produção agroecológica e orgânica e no trabalho organizativo para articular a produção de alimentos saudáveis com a comercialização. Durante esses quase vinte anos, foi possível aprofundar as questões sociais pertinentes à agricultura familiar: a organização social do trabalho, as implicações e os desafios do campo relacionados as desigualdades sociais, de gênero, de acesso à terra, bem como atuar junto a projetos que valorizam os saberes locais e as práticas culturais, frente a lógica da homogeneização produtiva e social. Essa trajetória, permitiu associar os conhecimentos agronômicos a um estudo mais aprofundado dos aspectos sociais implicados, reconhecendo os sujeitos do campo como protagonistas e construtores de alternativas viáveis e inovadoras para os seus próprios contextos.

No decorrer do doutorado e, principalmente, com a realização das atividades de campo, se consolidou o entendimento de que a alimentação é também expressão cultural, identidade, pertencimento e relação com o território. Com a oportunidade de

realização do estágio-sanduíche na *Unité Mixte de Recherche Acteurs, Ressources et Territoires dans le Développement* (Art-Dev), da Universidade Paul Valéry Montpellier 3 em Montpellier/França, foi possível evidenciar a dimensão do debate sobre a questão alimentar e as preocupações com as dinâmicas mundiais de produção, comercialização e consumo. Sob orientação da professora Geneviève Cortes, foi realizado um plano de estudos que incluíram participação em eventos com outros pesquisadores e a leitura de artigos científicos com as dimensões teóricas e empíricas da pesquisa conduzidas na França, os quais contribuíram principalmente para elaboração do Capítulo 2 dessa tese.

Na presente pesquisa, parte-se da compreensão da importância da alimentação de qualidade como direito, mas também como expressão cultural, enraizada em produtos territoriais. Articulando as questões sociais do campo à dinâmica do consumo urbano, na busca por sistemas alimentares mais justos e sustentáveis, evidenciou-se lacunas na literatura sobre ações de desenvolvimento territorial sustentável que discutam o acesso a alimentos de qualidade nos territórios por formas de construção social de mercados. Conforme apontam Cazella *et al.* (2020), há uma demanda por estudos empíricos que investiguem a aplicação da abordagem da CBST nos territórios rurais brasileiros, a fim de avaliar sua aderência e capacidade explicativa frente às desigualdades sociais. Em outras palavras, é necessário compreender em que medida a construção de sinergias entre produtos e serviços ofertados com qualidade, enraizados nos recursos territoriais, pode contribuir no acesso a alimentos a populações em situação de vulnerabilidade social. Paralelamente, outro eixo relevante para o aprofundamento da pesquisa diz respeito à Construção Social de Mercados Agroalimentares. Cassol, Salvate e Schneider (2016) destacam a importância de se avançar nos estudos sobre a resiliência dos mercados alternativos no interior de mercados mais amplos. Os autores enfatizam a necessidade de compreender a dinâmica desses mercados, na oferta de produtos diferenciados, como estratégia para ganhar a preferência do consumidor, de maneira a tornar a relação menos assimétrica.

Entende-se que ambas as abordagens dialogam entre si e, nesta pesquisa, são articuladas para direcionar o olhar para as AIF. O interesse analítico por esses empreendimentos decorre a partir dos seguintes aspectos: a) sua posição estratégica como elo entre produção e consumo, permitindo compreender como valores culturais, saberes locais e relações sociais se materializam em alimentos, preços, reputações e

mercados; b) seu papel econômico e social frente às desigualdades estruturais do meio rural, na medida em que permitem ampliar a autonomia das famílias, diversificar fontes de renda e, em alguns casos, valorizar o trabalho das mulheres e dos jovens; e c) em um contexto marcado pelas mudanças climáticas, pela instabilidade dos mercados globais e pela crescente preocupação social com a qualidade dos alimentos, as agroindústrias familiares adquirem relevância adicional ao articular produção local, circuitos curtos e estratégias de resiliência territorial.

Em certa medida, esses empreendimentos podem ser considerados uma expressão concreta das possibilidades de ativação e valorização de recursos territoriais. Contudo, para que isso se efetive, é necessário a construção social de mercados, que permitam o envolvimento dos consumidores no processo de criação de uma reputação em torno da qualidade. Parte-se das seguintes evidências de que as AIF apresentam potencial para fomentar processos de desenvolvimento mais inclusivos: operarem em canais de comercialização que possibilitam aproximar produção e consumo; investem em produtos com especificidade territorial, para os quais os recursos locais disponíveis dão base para boa parte dos investimentos; valorizam a diversidade, abrindo possibilidades para que diferentes atores construam trajetórias particulares, que passam a se articular à imagem compartilhada.

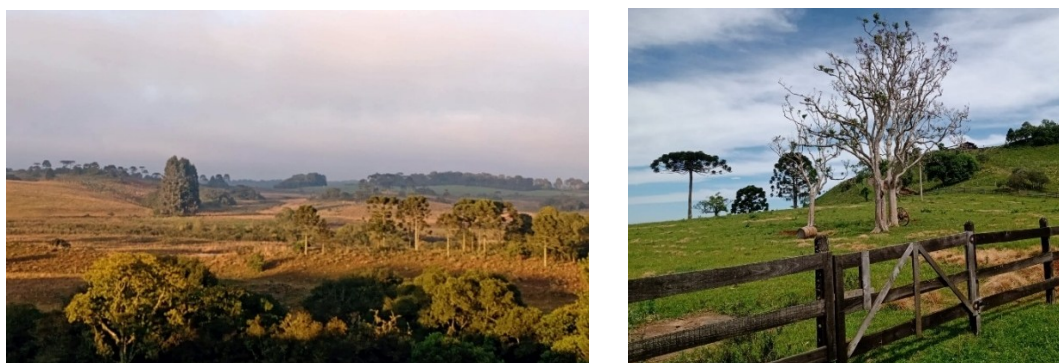
Nesse contexto, a escolha das AIF enquanto objeto de pesquisa do projeto Fapesc está embasada em estudos prévios conduzidos no extremo oeste catarinense, que demonstraram a relevância dessas iniciativas como mobilizadores e ativadores de recursos e ativos específicos, conforme concebido pela abordagem da CBST (Tecchio *et al.*, 2021; Capellesso *et al.*, 2021; Lauermann; Capellesso; Gazolla, 2022). Nesse sentido, a análise das AIF torna-se fundamental para compreender como estas podem contribuir para a transformação das dinâmicas socioeconômicas nos territórios rurais. Como já destaco, essa pode ocorrer tanto pela inclusão dos atores que nela produzem, como pelas possibilidades socioculturais abertas em torno dos fluxos e do consumo de seus alimentos.

A escolha pelo território de pesquisa decorre da identificação de dinâmicas locais relevantes para a compreensão das estratégias de desenvolvimento territorial sustentável na Serra Catarinense (Cazella *et al.*, 2019; Paula, 2019; Cazella *et al.*, 2020; Souza, 2021). Porém, os estudos prévios nessa região não aportavam informações sobre as AIF e as dinâmicas de construção de mercados, sendo pouco

explorada a adaptação do referencial teórico-metodológico das CBST para as desigualdades sociais pertinentes ao Brasil.

Embora Santa Catarina tenha registrado um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,792, em 2021, valor superior à média nacional (0,754) para o mesmo ano, esse desempenho não se distribui de maneira homogênea entre suas regiões. O ponto mais alto do IDH estadual foi alcançado em 2019 (0,826), seguindo-se uma tendência de oscilação, especialmente, no contexto pós-pandemia (PNUD, 2022). A Serra Catarinense, por sua vez, apresentou, em 2010, índices que variavam entre 0,621 e 0,770, com destaque negativo para os indicadores de educação, que se situaram entre 0,455 e 0,697. Apenas três municípios da região superaram o patamar de 0,700, revelando um cenário de desigualdade significativa. Esse território ainda possui singularidades que lhe conferem uma identidade territorial própria, resultante da combinação de fatores ambientais, culturais, institucionais e políticos. A altitude elevada, clima frio e paisagens de campos e matas de araucária sustentam práticas produtivas tradicionais e uma forte identidade rural (Figura 1). Culturalmente, destacam-se o patrimônio ligado à pecuária, ao tropeirismo e às festas regionais, que reforçam o sentimento de pertencimento local. Institucionalmente, a região abriga arranjos intermunicipais consolidados, a exemplo do consórcio público e atuações de cooperativas e associações de agricultores, voltados ao desenvolvimento territorial. Politicamente, ao mesmo tempo em que produções hegemônicas dominam o território, há ainda uma articulação em torno da valorização da agricultura familiar, do turismo rural e da sociobiodiversidade, o que expressa um projeto territorial que busca conciliar tradição, sustentabilidade e inovação.

Figura 1- Paisagem da Serra Catarinense



Fonte: Acervo próprio (2022)

Nesse contexto, torna-se fundamental analisar as estratégias de desenvolvimento territorial com potencial de promover a valorização das especificidades locais, criando oportunidades aos atores desfavorecidos. O fortalecimento de agroindústrias familiares, articuladas a mercados territoriais, surge como uma dessas estratégias, capaz de gerar renda aos produtores e promover acesso a alimentos de qualidade e que valorizam a cultura da população local. Ao contribuir para a diversificação econômica e valorização de recursos locais, essas iniciativas podem ser ampliadas para outros produtores e desempenhar um papel importante na construção de um desenvolvimento mais equilibrado e sustentável para o território.

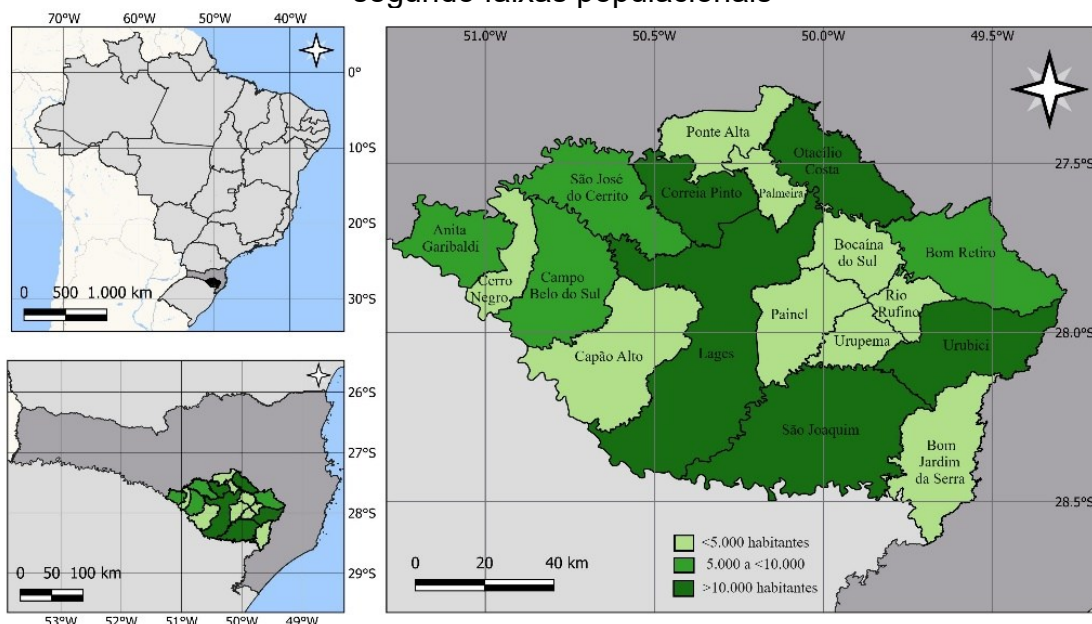
Outra justificativa para a escolha do referencial da CBST consiste em discutir o desenvolvimento territorial sustentável em zonas rurais, ampliando o olhar para além do agrário, trazendo o tema dos serviços e a relação com o urbano. A construção de mercados territoriais envolve não apenas a produção de bens, mas também uma diversidade de serviços estruturantes. Para além do turismo, iniciativas como feiras livres, mercados públicos e o uso de uma marca coletiva são exemplos de serviços. Nessa construção estão presentes distintos atores: a) públicos: prefeituras, Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (Epagri), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae); b) associativas: cooperativas, associação de produtores; e c) privados: proprietários de AIF, donos de supermercados, comerciantes locais. Esses serviços, ao mesmo tempo em que sustentam os mercados alternativos, também expressam relações sociais que influenciam a inclusão ou exclusão de determinados grupos sociais no processo de desenvolvimento.

Por fim, espera-se que os resultados desta pesquisa posam subsidiar o planejamento de políticas públicas territoriais, bem como orientar projetos de extensão voltados às agroindústrias familiares, conduzidos por instituições de ensino, pesquisa e assistência técnica.

1.4 PERCURSO E METODOLOGIA DE PESQUISA

Parte do objeto de estudo desta tese está inserida em um projeto de pesquisa⁶ conduzido de forma concomitante em dois territórios catarinenses: municípios da Amures e da Associação dos Municípios do Extremo Oeste de Santa Catarina – AMEOSC (Lauermann, 2024). Tal condição permitiu a participação em diversos eventos que discutiram o tema, ocorrendo trocas de informações no interior do grupo de pesquisadores. Para este estudo adota-se como recorte geográfico a Serra Catarinense (Figura 2), com levantamento de dados primários nos dezoito municípios da Amures, território que vem sendo objeto de análises sobre o enfoque da CBST desde 2018⁷.

Figura 2- Mapa da Associação dos Municípios da Região Serrana (Amures), segundo faixas populacionais



Fonte: Elaboração própria no Qgis. (Mapa elaborado com dados do Censo demográfico de 2022)

Os estudos preliminares evidenciaram a valorização de produtos, serviços e atributos ambientais com características específicas, os quais têm sido fundamentais para determinadas categorias de atores sociais do território. Neste sentido, a partir de 2020, as análises têm aprofundado as contribuições das AIF no processo de construção de uma CBST. A ênfase recai sobre as formas como os atores mobilizam

⁶ A pesquisa com agroindústrias familiares realizada pelo Projeto “Desenvolvimento territorial sustentável: interfaces entre a cesta de bens e serviços, mercados e marcas territoriais” financiado pelo Edital de Chamada Pública FAPESC nº 12/2020-Programa de Pesquisa Universal (Termo de Outorga nº 2021TR000531), com vigência de 2021 a 2023.

⁷ As pesquisas com a abordagem das CBST receberam apoio do CNPq e FAPESC.

a qualidade de forma relacionada a fatores culturais, ambientais e ao saber-fazer. Avançando na compreensão desse fenômeno, neste estudo, a análise prioriza a transformação de produtos, a construção de mercados territoriais e a associação com distintas formas de serviços. Para tal, foram mobilizadas ferramentas metodológicas que procuraram olhar as questões de pesquisa sob a perspectiva exploratória, descritiva e explicativa. Apesar da parte inicial ser mais exploratória, não existe uma separação completa entre as fases, visto que alguns avanços exigem repensar as ações anteriores. De forma sintética, a pesquisa exploratória teve como ponto de partida a aproximação da pesquisadora ao fenômeno investigado, seguindo-se o levantamento de dados que permite descrever e correlacionar o fenômeno com outras variáveis e fatores que determinam ou influenciam a sua ocorrência (Gil, 2002).

A pesquisa exploratória ocorreu em novembro de 2021 e contou com a participação da professora Geneviève Cortes, que no período realizava uma missão de estudos em Santa Catarina. Na oportunidade, foi possível conceber o quadro analítico da tese e conhecer experiências de distintos ramos de AIF (queijo artesanal serrano, mel, pinhão e panificados), em especial, no que se refere ao seu histórico, valorização de recursos territoriais específicos, formas de gestão, organizações de apoio e canais de comercialização. Essa etapa subsidiou as reformulações e ajustes no instrumento de coleta de dados, que estava em elaboração, para então ser testado junto a uma amostra de AIF. Além do ajuste dos instrumentos, o trabalho exploratório pode contribuir com a reformulação da pergunta de partida e orientação da investigação (Quivy; Campenhoudt, 1998). A abordagem exploratória também incluiu o levantamento de dados secundários de outras pesquisas, o contato com atores-chave que vivem no território e algumas incursões.

O aspecto descritivo é utilizado para observar, registrar e detalhar aspectos específicos do fenômeno investigado, permitindo também a correlação entre diferentes variáveis (Triviños, 1987; Gil, 2002). No presente estudo, o levantamento de dados primário junto aos gestores procurou descrever o funcionamento da produção, as dinâmicas comerciais, assim como os diferentes mercados e canais de comercialização utilizados pelas AIF. O conhecimento dessas dinâmicas é mobilizado como base para análises explicativas sobre como são realizadas as tomadas de decisão no contexto das AIF da Serra Catarinense. Complementar ao estudo de caso, a análise documental também pode ser incluída como um tipo de estudo descritivo, considerando a quantidade de informações que reúne (Triviños, 1987).

Conforme exposto por Gil (2002), o caráter explicativo tem como principal objetivo investigar as causas e os fatores que influenciam a ocorrência de determinado fenômeno. Em outras palavras, busca-se identificar relações de causa e efeito, com variáveis e padrões que possam explicar a construção das relações sociais e mercados pelas AIF, com destaque para o papel das possíveis sinergias que promovem inovações de desenvolvimento territorial sustentável. Esse caráter nem sempre é evidente e tem forte interface do fenômeno descrito com o referencial teórico mobilizado, sendo possível recorrer a diferentes teorias explicativas. No caso das AIF estudadas, o olhar a partir dos sistemas e regimes alimentares, da abordagem da CBST e da construção social dos mercados contribuem para explicar o fenômeno investigado.

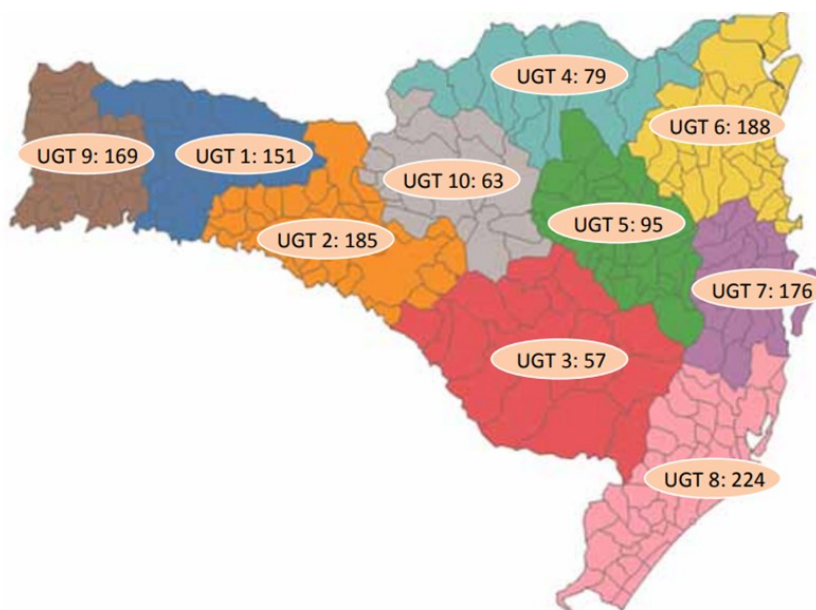
A mobilização desses referenciais teóricos orientou o olhar da pesquisa, criando um “delineamento” (Gil, 2002) para a coleta de dados secundários (pesquisa bibliográfica e documental) e o levantamento de dados primários por amostragem junto aos representantes dos empreendimentos (AIF). A pesquisa bibliográfica foi realizada principalmente com base em estudos conduzidos pela Epagri junto às AIF, enquanto a pesquisa documental utilizou dados de pesquisas realizadas e publicadas pelo IBGE e por outros órgãos oficiais, abordando questões econômicas e sociais relacionadas ao território. O levantamento por amostragem permitiu o conhecimento da realidade das AIF acerca do objeto investigado. Os dados foram tabelados com vistas a possibilitar a quantificação das variáveis e posterior análise.

O levantamento de dados secundários teve o objetivo de conhecer o quantitativo de AIF presentes no território, para a realização de uma amostragem a ser pesquisada. Essa ação mobilizou dados sobre o universo de empreendimentos sob posse ou gestão direta dos agricultores familiares pronafricanos⁸ referentes a 2016, atualizadas em 2017 e publicadas em 2019 pela Epagri. O estudo revelou a presença de 57 AIF formais ou em vias de formalização (Figura 3) para a Serra Catarinense (UGT 3), região com menor quantitativo no estado (Reiter *et al.*, 2019). Contudo, os dados secundários obtidos pelo Censo Agropecuário de 2017 apontavam que a agroindustrialização rural estava presente em 1.373 estabelecimentos agropecuários da Serra Catarinense, e que representava 2,7% do valor da produção agropecuária

⁸ Agricultores(as) familiares pronafricanos são definidos como aqueles que possuem a Declaração de Aptidão ao Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (DAP – PRONAF) ou que atendem aos critérios necessários para sua obtenção (REITER *et al.*, 2019).

regional. A substantiva diferença entre o Censo e o estudo da pesquisa da Epagri se deve à adoção de distintos critérios sobre a quantificação dos empreendimentos⁹. O Censo Agropecuário (2017) identificou as unidades produtivas (estabelecimentos agropecuários) envolvidas em atividades de agroindustrialização, independentemente de sua formalização sanitária. Também registrou agroindústrias rurais, familiares e não familiares, com destinação da produção para autoconsumo e para os mercados. Já a Epagri adotou os seguintes critérios: o proprietário ou sócio ser agricultor familiar segundo as normas do Pronaf; o empreendimento ter objetivo econômico pela venda; dispor de estrutura ou espaço físico específico para seu processamento; e ser legalizado ou passível de legalização (Reiter *et al.*, 2019).

Figura 3- Mapa de Santa Catarina com a distribuição de agroindústrias rurais da agricultura familiar, conforme Unidades de Gerenciamento Técnico da Epagri (UGTs), levantadas em 2016



Fonte: Reiter *et al.* (2019, p. 15).

Essa discrepância expressa diferenças entre ontologias de produção e de mercado mobilizadas pelas instituições. Enquanto o Censo destaca a densidade e a capilaridade das práticas agroindustriais de base familiar, a Epagri evidencia a parcela

⁹ A definição normativa de agroindústria rural do IBGE para o levantamento do Censo Agropecuário não diferencia o tipo de mão de obra utilizada (familiar ou contratada), nem o grau de formalização da atividade de processamento e beneficiamento, podendo ser exclusivamente para autoconsumo (não ser comercializada) (Waquil *et al.*, 2013).

regulada, institucionalmente reconhecida e economicamente enquadrada às normas sanitárias e ambientais. Tal divergência explícita como distintas instituições qualificam e desqualificam mercados, legitimam determinados atores e práticas, e invisibilizam outros. Esse processo tem implicações diretas tanto para a compreensão dos sistemas agroalimentares alternativos quanto para a construção social dos mercados.

Para o presente estudo, entre os anos de 2021 e 2022, foi realizada uma atualização das informações, ampliando os critérios adotados no levantamento da Epagri. De forma complementar foram acessados os dados de 2020 do Consórcio Intermunicipal da Região Serrana (Cisama¹⁰ – órgão que tem entre suas atribuições a prestação de serviços relacionada a inspeção sanitária e a certificação para comercialização no território através da utilização de uma marca coletiva), para o qual foram observadas setenta AIF cadastradas.

Para complementar a atualização do quantitativo das AIF presentes no território, realizou-se o levantamento junto aos escritórios municipais da Epagri dos dezoito municípios que compõem a Amures, tendo como informantes os extensionistas rurais. Assim, manteve-se o critério de formalização ou condições para tal, mas ampliou-se o universo ao contemplar não apenas as AIF geridas por agricultores, incluindo-se outras categorias de proprietários e gestores, mas desde que a mão de obra fosse prioritariamente familiar. Em complemento, passou-se a contemplar unidades localizadas não exclusivamente no ambiente rural. A inclusão desses dois novos critérios se deve à adoção de uma visão ampliada de desenvolvimento dos espaços rurais, enquanto categoria espacial, compatível com a visão territorial (Favareto; Berdegú, 2018).

Em razão dos cuidados e distanciamentos que se mantinham com a pandemia de Covid-19, o contato com esses atores ocorreu por e-mail e/ou por telefone. A solicitação a esses atores era que informassem as agroindústrias presentes nos municípios, que correspondiam aos critérios já mencionados. Além disso, era solicitada a informação de qual produto era processado.

A partir das informações coletadas, revelou-se a existência de 96 AIF na Serra Catarinense, tendo sido classificadas em categorias: produção de origem animal, produção de origem vegetal, panificados, bebidas, diversificados (utilizado

¹⁰ A origem, as atribuições e a importância desse Consórcio para o território, será explicado mais à frente.

quando a agroindústria produz mais de uma categoria ou subcategoria) e outros (empregado para as agroindústrias cujo produto não se enquadra nas categorias delimitadas, mesmo que tenha algum ingrediente de origem animal ou vegetal). Posteriormente, foi realizada a estratificação em subcategorias, com o objetivo de especificar o alimento produzido pelas agroindústrias. A Tabela 1, a seguir, expressa a quantidade de agroindústrias por subcategorias de alimentos agroindustrializados e suas correspondências em categorias.

Tabela 1 - Quantidade de AIF por categoria e subcategoria, no território da Amures

Categoria	Subcategoria	Frequência absoluta de AIF
Produtos de origem animal	Lácteos	19
	Mel	14
	Carnes/processados de carne	5
	Ovos	1
Subtotal		39
Produtos de origem vegetal	Beneficiados (morango e feijão)	11
	Processados (geleias, pinhão e processados de maçã)	7
Subtotal		18
Panificados	Pães, bolachas e cucas	31
Subtotal		31
Bebidas	Sucos	1
	Vinhos	1
Subtotal		2
Diversificados	Sucos e geleias	1
	Morangos e geleias	1
	Produção vegetal e panificados	1
Subtotal		3
Outros	Cogumelos	1
	Granola	1
	Sorvete	1
Subtotal		3
AIF no território da Amures		96

Fonte: Pesquisa de campo (2021/2022).

Com base nos dados sistematizados, foi realizada uma amostragem qualitativa não probabilística e intencional das AIF para a aplicação do questionário. Este tipo de amostragem não busca a representatividade estatística quantitativa, mas sim selecionar casos que sejam significativos para o objetivo da pesquisa. A amostragem teve como objetivo incluir todas as subcategorias presentes no levantamento atualizado, garantindo a diversidade socioeconômica do território e

das AIF. Quando havia mais de uma agroindústria na subcategoria, a seleção dos participantes foi realizada a partir de dois critérios: a subcategoria de alimento; e o tamanho populacional dos municípios da Amures. No primeiro caso, a pesquisa abrange diferentes tipos de produtos agroalimentares, promovendo diversidade na amostra. No segundo caso, busca incluir municípios de diferentes tamanhos populacionais, considerando que podem ter especificidades ou necessidades distintas e de forma a contemplar municípios de menor expressão populacional. Os dois critérios garantem que diferentes aspectos da dinâmica produtiva e territorial sejam captados, promovendo uma análise mais equilibrada e inclusiva.

Assim, para a definição do tamanho da amostra a ser pesquisada, foi realizado o seguinte procedimento, conforme Tabela 2: nas subcategorias com uma ou até três AIF (ovos, sucos, vinhos, sucos e geleias, morangos e geleia, produção vegetal e panificados, cogumelo, granola e sorvete), a amostra foi composta por uma AIF. Nas subcategorias com quatro a seis AIF (carnes/processados de carne), a amostra foi composta por duas entrevistas; na subcategoria de sete a onze AIF (processados e beneficiados vegetais ¹¹), a amostra foi de três AIF; e, na subcategoria com doze ou mais empreendimentos (mel, queijarias e panificados), a amostra investigada foi de quatro AIF. Considerando que os panificados representam quase um terço das AIF no território, pelo levantamento realizado junto aos escritórios da Epagri, optou-se por incluir mais um empreendimento nessa categoria, totalizando cinco AIF pesquisadas.

Tabela 2 - Tamanho da amostragem por subcategoria de produtos

Quantidade de agroindústrias no território da Amures	tamanho da amostra (n)
1 a 3	1
4 a 6	2
7 a 11	3
12 ou mais	4

Fonte: Pesquisa de campo (2022).

¹¹Para a tese, convencionou-se denominar produtos *processados* aqueles que passam por alguma etapa de descascamento, cozimento, corte ou mistura e, posteriormente, são embalados. Ou seja, são submetidos a processos que alteram sua apresentação. Os *beneficiados* são alimentos que passam por limpeza/lavagem, secagem e são embalados para comercialização, sem nenhum procedimento que os modifique (ex. feijão).

No que se refere ao tamanho da amostra, foi levado em consideração a subcategoria de produtos das AIF. Neste sentido, a subcategoria que apresentava apenas uma agroindústria, esta já estava definida para ser pesquisada. Nas com mais de uma, levou-se em consideração o tamanho populacional dos municípios, como mencionado anteriormente. Neste sentido, os municípios que compõem o território da Amures foram agrupados em faixas populacionais: até 5 mil habitantes; de 5.001 a 10 mil habitantes; e acima de 10.001 habitantes. Esse agrupamento orientou o sorteio da amostra da seguinte maneira (tabela 3): 1ª rodada – sorteio ocorreu entre todas as agroindústrias do subgrupo do produto (considerando todas as faixas populacionais); 2ª rodada - sorteio realizado exclusivamente entre as AIF da subcategoria localizadas nos municípios das faixas populacionais diferentes da sorteada na primeira rodada; 3ª rodada: sorteio de uma agroindústria da faixa populacional ainda não sorteada, quando presentes; 4ª rodada: sorteio de uma AIF com base no universo remanescente; 5ª rodada: universo, menos as contempladas na faixa da 4ª rodada. Caso não houvesse agroindústrias em todas as faixas, o sorteio se limitava às faixas onde havia agroindústrias, mantido o critério de buscar contemplar as diferentes faixas de forma igualitária.

Sempre que havia mais de uma AIF, o sorteio prosseguiu por mais rodadas, de forma a gerar uma AIF reserva para a realização da pesquisa, caso alguma família se recusasse, estivesse impossibilitada de participar, ou pela dificuldade de sua realização devido a questões de logística. Assim, foi garantido o número de participantes necessários contemplando a diversidade de produtos e de municípios do território, resultando em trinta agroindústrias a serem pesquisadas. Na tabela 3, apresentam-se as informações de distribuição da amostra pesquisada, conforme sorteio para as subcategorias, as faixas populacionais dos municípios do território e a receita bruta anual estimada das AIF amostradas.

Tabela 3 - AIF inventariadas, distribuição da amostragem entre as categorias e faixas populacionais dos municípios na região da Amures das AIF amostradas.

Categoria	Subcategoria	AIF		Amostra por faixa populacional		
		Inventário	Amostra	<5 mil	5 a 10 mil	>10 mil
Animal	Ovos	1	1	*	1	*
	Mel	14	4	1	*	3
	Queijarias	19	4	2	1	1
	Carnes/processados	5	2		1	1

Vegetal	Beneficiados	11	3	2	*	1
	Processados	7	3	*	1	2
Panificados	Panificados, massas	31	5	2	1	2
Bebidas	Sucos	1	1	*	*	1
	Vinhos	1	1	1	*	*
Diversificados (+ de 1 produto)		3	3	1	*	2
Outros produtos		3	3	1	*	2
TOTAL		96	30	10	4	16

Fonte: Pesquisa de campo (2022).

Legenda: * não havia AIF nessa categoria, para a faixa populacional.

Diante da amostra selecionada foi realizado o contato inicial com os gestores das AIF, apresentado os objetivos e as finalidades da pesquisa, seguido pelo convite formal para a participação. Os interlocutores da pesquisa eram homens e mulheres responsáveis pela gestão do empreendimento. Ainda que tenha sido possível identificar um(a) gestor(a) principal, sempre que era de responsabilidade de um casal, ambos participaram conjuntamente das entrevistas. Nos empreendimentos conduzidos por mulheres ou por homens, as entrevistas foram realizadas, em geral, com um(a) dos(as) gestores(as) responsáveis pela administração do negócio.

As entrevistas foram agendadas com os gestores a partir dos contatos (telefônico e WhatsApp), compartilhados pelos técnicos da Epagri. As datas e horários das entrevistas foram sugeridas pela equipe de pesquisadores, em razão do deslocamento com origem em Florianópolis, e organização da estrutura a ser mobilizada. Os agendamentos foram acordados com os gestores, respeitando a disponibilidade de tempo dos participantes, destacando a necessidade de pelo menos 3h para a sua realização. Para esse momento, além da aplicação do formulário, procedeu-se à apresentação detalhada do projeto e de seus objetivos, à explanação acerca das questões de sigilo e confidencialidade, bem como à entrega e leitura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Este documento deveria ser assinado ao término da entrevista, caso o participante consentisse com a utilização de seus dados nas análises. Também foram prestadas informações referentes ao processo de devolutiva dos resultados da pesquisa, a ser informado em momento oportuno. Ressalta-se que não houve qualquer dificuldade quanto à adesão dos gestores, os quais se mostraram extremamente solícitos, receptivos e colaborativos durante a realização das entrevistas. Apesar de a duração das entrevistas ser extensa, o diálogo ocorreu de forma fluida e proveitosa, possibilitando a obtenção de informações detalhadas e relevantes para os objetivos do estudo.

A pesquisa de campo, iniciou no primeiro semestre de 2022, com o teste do formulário semiestruturado no mês de fevereiro, tendo sido concluída em junho do mesmo ano. No teste do instrumento, foram visitadas as AIF que processam mel, pinhão e panificados, as mesmas da atividade exploratória, onde foi possível observar e compreender aspectos do ambiente em que essas atividades ocorrem. Ressalta-se que toda a coleta de dados foi realizada presencialmente com cada gestor ou gestores das AIF, respeitando o distanciamento social e o uso de máscaras que o momento de crise sanitária ainda exigia.

A pesquisa junto aos gestores das AIF utilizou como instrumento de coleta de dados um formulário semiestruturado com perguntas voltadas tanto para a obtenção de dados quantitativos quanto qualitativos. O formulário é um instrumento que se situa entre o questionário e a entrevista e na qual o pesquisador formula questões previamente elaboradas, sendo de fácil tabulação (Gil, 2002). Em outras palavras, o formulário semiestruturado combina perguntas fechadas, abertas ou mistas, permitindo a obtenção de informações padronizadas e a exploração de respostas mais detalhadas.

A coleta de dados qualitativos e quantitativos ocorreu por questões de múltipla escolha e questões abertas (Apêndice B). O instrumento de pesquisa foi adaptado a partir de um questionário de pesquisa sobre mercados das AIF do Rio Grande do Sul¹², sendo ajustado para contemplar os principais elementos apontados pelo referencial da CBST. Esta nova formulação foi gerada pela equipe do projeto “Desenvolvimento territorial sustentável: interfaces entre a cesta de bens e serviços, mercados e marcas territoriais”, ao qual este trabalho de tese está vinculado.

O formulário utilizado na pesquisa foi estruturado em nove blocos temáticos, totalizando 103 perguntas, abrangendo os seguintes aspectos: (a) características gerais e perfil socioeconômico da agroindústria e dos(as) atores sociais entrevistados(as); (b) tipos de alimentos e bebidas produzidos pela agroindústria; (c) relação entre a agroindústria, os produtos elaborados e os aspectos territoriais; (d) características gerais da principal matéria-prima utilizada e das demais matérias-

¹² Esse instrumento de pesquisa foi elaborado a partir da adaptação de um questionário utilizado no projeto de tese intitulado “Estratégias de comercialização e mercados das agroindústrias familiares da Serra Gaúcha”, conduzido por Alexander Cenci, no Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural (PGDR/UFRGS).

primas; (e) diferenciais dos alimentos e bebidas produzidos; (f) processo de comercialização, incluindo infraestrutura, preço, logística e formas de regulação, além da divulgação; (g) canais de comercialização acessados; (h) uso de mercados digitais e condições para a digitalização; e (i) sustentabilidade ambiental. Cabe destacar que, neste estudo, nem todas as questões levantadas no formulário foram mobilizadas. A análise concentrou-se exclusivamente nos tópicos diretamente relacionados aos objetivos desta tese.

Os dados coletados foram tabulados e analisados à luz das hipóteses e do referencial teórico. Sua compreensão ocorre associada às informações qualitativas, produzindo uma análise mais rica e aprofundada. Para este levantamento, o instrumento de coleta incluía questões abertas sobre a história da família, da constituição das AIF, suas práticas e observações a campo. A pesquisa qualitativa é indispensável para compreender fenômenos sociais e humanos, indo além de números e estatísticas para captar as subjetividades dos processos estudados (Triviños, 1987). Em suma, o estudo reuniu elementos explicativos e informações complementares para atingir os objetivos propostos, utilizando as falas dos atores entrevistados, reflexões documentadas em diário de campo, registros fotográficos e observações realizadas durante a pesquisa *in loco* nas AIF.

A aplicação do questionário e a coleta de dados em tabelas ocorreu por meio de documento impresso, com posterior lançamento das respostas em documento eletrônico (*Google Forms*). Como complemento aos instrumentos de coleta de dados, foram realizadas interações verbais que permitiram o preenchimento de um roteiro direcionado que sintetizava os principais elementos observados durante cada entrevista/questionário. Esse roteiro auxiliou na compreensão da trajetória de vida da família, na história da agroindústria, no entendimento sobre a matéria-prima processada e sua relação com o território, bem como nas questões comerciais. Além disso, a interação possibilitou explorar outras questões, como dificuldades e desafios enfrentados nos aspectos produtivos e comerciais, sucessão familiar e as relações sociais construídas no território.

Soma-se a este documento as observações de campo feitas a cada bloco de pesquisa realizada. Esse fato ocorreu em razão de se optar por quatro incursões a campo para a realização das entrevistas. Em um primeiro momento, as entrevistas ocorreram na região popularmente denominada “serra da serra”, em razão de ser a área geográfica com maior altitude da Serra Catarinense. Trata-se

dos municípios pesquisados de São Joaquim, Urubici e Bom Jardim da Serra. Posteriormente a pesquisa ocorreu na “região madeireira” e seu entorno, em que são cultivadas extensas produções de floresta plantada (Otacílio Costa, Bocaina do Sul, Rio Rufino e Bom Retiro). A terceira ida a campo corresponde à “região dos lagos”, na qual as hidroelétricas e barragens estão fortemente presentes (Anita Garibaldi, Cerro Negro e Capão Alto). Por fim, o grupo de entrevistas que compõem a região de Lages, formada pelos municípios pesquisados de Lages, Correia Pinto e São José do Cerrito. É interessante notar que cada um dos pequenos territórios que compõem a Serra Catarinense apresenta contextos históricos que impactam a produção, a comercialização e o consumo dos produtos das AIF. Isso significa que os aspectos históricos de cada um desses territórios, como ocupação de terras, práticas culturais e desenvolvimento econômico, moldam tanto as vantagens quanto os desafios enfrentados por essas agroindústrias.

Após o lançamento das respostas no *Google Forms*, as informações foram armazenadas em banco de dados do Excel. As sistematizações, incluindo as anotações do roteiro de questões abertas e de observações de campo, foram analisadas. Os métodos qualitativos permitiram caracterizar, enquanto os quantitativos permitiram evidenciar a expressão de algumas variáveis, gerando ilustrações (tabelas, gráficos e quadros) e melhor entendimento das relações entre os dados e o discurso dos entrevistados.

De forma complementar foram realizadas remotamente entrevistas abertas com dois atores-chave do território, os quais contribuíram para a compreensão de dois importantes ativos territoriais: o turismo e o pinhão. Além disso, essas entrevistas proporcionaram um maior entendimento da história e da cultura local, das relações sociais construídas, os desafios e os planos dos atores. As incursões envolveram a participação em atividades no território relacionadas à cadeia produtiva do pinhão. Essas atividades, foram organizadas e conduzidas pela equipe técnica do Centro Viane de Educação Popular¹³, vinculadas a projetos e ações de conservação da espécie (*Araucaria angustifolia*) e de valorização do pinhão, articulada aos serviços

¹³ Organização Não Governamental, fundada em 1983, que atua prioritariamente nos municípios da Serra Catarinense, com ações voltadas para alternativas de produção para a agricultura familiar, em busca de sustentabilidade e inovação. Além disso, coordena projetos educacionais e culturais no que se refere à formação cidadã e ao patrimônio imaterial da região.

oferecidos no território. As diferentes atividades¹⁴ ocorreram em formato virtual e presencial no território da Serra Catarinense e contaram com a participação de diversos atores sociais que interagem com a cadeia produtiva do pinhão no âmbito do território, bem como diversas instituições públicas e privadas. Essas ações permitiram maior familiaridade com o tema de estudo e um levantamento bibliográfico que pode servir como base para análises mais detalhadas a partir de uma amostra de pesquisa.

Enquanto pesquisadora, atuei diretamente em todas as etapas da pesquisa, desde o planejamento e elaboração dos instrumentos de coleta de dados até a aplicação dos questionários e condução das entrevistas. Além disso, participei ativamente da sistematização e análise dos dados obtidos. Em apenas cinco casos, a entrevista foi realizada por outro integrante da equipe de pesquisadores, mas todos os dados foram analisados diretamente por mim. O estudo e o instrumento de coleta de dados foram submetidos à avaliação e aprovados pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEPSH-UFSC), sob o número 5.268.497 e CAAE: 53889721.0.0000.0121 (Apêndice A).

¹⁴ Para mais informações sobre as atividades realizadas, ocorridas nos dias 24/06/2022, 27/07/2022 e 01/04/2023, ver os seguintes links disponíveis no site do Centro Viane: <https://viane.org.br/noticias/plano-de-acao-para-potencializacao-da-cadeia-produtiva-do-pinhao-em-formato-digital-produto-5-do-contrato/>; <https://viane.org.br/noticias/relatorio-do-seminario-virtual-de-integracao-entre-os-projetos-dos-nucleos-de-santa-catarina-e-do-rio-grande-do-sul/> e <https://viane.org.br/noticias/festa-da-colheita-do-pinhao-celebra-atividade-extrativista-e-a-conservacao-pelo-uso-das-araucarias-em-sao-joaquim/>

2 SISTEMAS AGROALIMENTARES ALTERNATIVOS: DIVERGÊNCIAS E COMPLEMENTARIDADES COM OS SISTEMAS AGROALIMENTARES GLOBAIS

Os debates em torno de questões alimentares vêm crescendo ao longo dos Séculos XX e XXI na América Latina e em diversas partes do mundo (Grisa; Porto, 2023). Além de questões socioeconômicas, que limitam o acesso aos alimentos e os tornam um problema público, esse tema tem incorporado questões de saúde pública, a exemplo das conexões com a pandemia de Covid-19, e os desafios ambientais, que se intensificaram nos últimos anos pelas mudanças climáticas. Tais aspectos humanos e ecossistêmicos são diretamente impactados pelo modelo alimentar hegemônico, que prioriza uma orientação produtivista. Apesar de gerar aumento na produção, suas falhas se acumulam ao longo do tempo. No debate político, seus defensores criam uma narrativa ufanista que oculta suas contradições, pois o modelo é considerado fundamental para o desenvolvimento econômico. Legitimado pelo aparato ideológico, os rumos dos sistemas alimentares¹⁵ são direcionados por decisões políticas e econômicas, expressas em diferentes instrumentos de ação pública e de acumulação, que condicionam a dinâmica de funcionamento em interface com as questões sociais, ambientais e sanitárias.

Os resultados obtidos em cada momento da história estão interligados com as escolhas políticas que cada sociedade constrói. Em um mundo globalizado, os impactos não se restringem a uma localidade específica, mas se integram e são afetados pelo contexto mundial (Favareto, 2010). Não apenas as escolhas políticas influenciam os sistemas agroalimentares, mas as decisões de empresas e consumidores. Suas atividades dependem e impactam “o capital natural, humano, social e de produção, que é a base do bem-estar humano, do sucesso econômico e da sustentabilidade ambiental” (FAO, 2023, p.20).

Este capítulo tem o propósito de abordar o debate sobre as estruturas dos sistemas agroalimentares globais e alternativos, apontando suas limitações e potencialidades em atender diferentes aspectos das necessidades humanas (ex. segurança alimentar e nutricional, manutenção da cultura, preservação da natureza etc.). Enquanto objetivo da tese, busca-se apresentar a abordagem dos sistemas

¹⁵ Para este trabalho, “sistemas alimentares” e “sistemas agroalimentares” são tratados como sinônimo, considerando as abordagens europeias e anglo-saxônicas.

agroalimentares, com vistas a compreender iniciativas de promoção do desenvolvimento territorial sustentável. A articulação dessa abordagem e a dos mercados territoriais ao referencial teórico-metodológico da CBST, será consolidada no Capítulo 4, cumprindo o primeiro objetivo específico proposto.

Este capítulo parte da perspectiva de que as limitações estruturais dos sistemas hegemônicos decorrem da própria lógica e dos interesses que os orientam. O modelo industrial se expressa na racionalidade economicista que se choca com o atendimento de dimensões fundamentais do ato social de se alimentar, a exemplo da diversidade de produtos e de sistemas adaptados aos diferentes ambientes, estabilidade, preservação ambiental, hábitos alimentares etc. Sua trajetória e efeitos são analisados sob a atual conjuntura socioambiental. Em paralelo, são mobilizados estudos sobre sistemas agroalimentares que abrem novas possibilidades na perspectiva sustentável, de justiça social e de valorização do conhecimento local, mas sem desconsiderar seus desafios diante dos impactos causados por crises (mudanças climáticas, sanitária, políticas, econômica, social/migrações). A problemática pode ser sintetizada nas seguintes questões:

- a) Quais diferenças dos sistemas agroalimentares configuram capacidades de enfrentar impactos das crises globais?
- b) Os sistemas alternativos têm potencial para assumir papel substitutivo ao sistema agroalimentar hegemônico, ou se limitam a complementá-lo?
- c) Quais os desafios são colocados aos sistemas alimentares para atender as diferentes dimensões ligadas ao ato de se alimentar da população?
- d) Quais os benefícios e falhas estão presentes e em que grau de intensidade se expressam nos diferentes sistemas alimentares?

A teoria apresentada e discutida a seguir oferece as bases para refletir sobre os desafios enfrentados no contexto do território de estudo na Serra Catarinense (concentração fundiária, monocultura e desigualdades sociais), que será abordada mais à frente.

2.1 NOÇÕES DE SISTEMAS ALIMENTARES E A INCORPORAÇÃO DOS PRECEITOS DA SUSTENTABILIDADE

O conceito de sistema alimentar procura contemplar as dimensões tempo e espaço nas explicações sobre a adoção de um modelo de produção e de acesso, que

assegure diferentes aspectos ligados à satisfação dessa necessidade humana (Malassis, 1994). Além das ações de produção, acesso e consumo, a abordagem pode incluir as inter-relações entre atividades, fluxos, instituições e conhecimentos, as quais interagem com atores e estruturas que 'garantem' a alimentação da população (Fournier; Touzard, 2014; Rastoin, 2016). Nessa visão integradora participam todos os atores da cadeia alimentar, compreendidos pelos agricultores, artesãos e industriais de alimentos, os setores de embalagens, equipamentos, transporte, comerciantes, serviços financeiros, organismos públicos da área agrícola e alimentar, os dispositivos de inovação e reciclagem e os consumidores (Rastoin, 2016). Algumas abordagens delimitam o conceito como sistema agroalimentar (*agri-food system*), proposto na literatura anglo-saxônica, que aportam dimensões de vários campos disciplinares (Sabourin *et al.*, 2022). Em síntese, um sistema alimentar ou agroalimentar busca compreender a origem do alimento e seu manejo produtivo até o consumo. Dessa maneira, é evidente que o sistema (agro)alimentar tem impacto expressivo no meio em que ele é produzido e/ou transformado e na sociedade, no que se refere às questões socioambientais de desenvolvimento.

Para Fournier e Touzard (2014), o conceito de sistema alimentar oferece bases para analisar a segurança alimentar, uma vez que a observação do conjunto de acontecimentos (produção, comercialização e consumo) gera informações que podem embasar proposições de melhorias em diversas dimensões. O debate da segurança alimentar vem ganhando espaço diante das crises ambientais, sociais e sanitárias, que se agravou no contexto da Pandemia do Covid-19. Segundo a FAO (2006), a segurança alimentar está estruturada em quatro pilares: 1) disponibilidade de alimento em quantidade e qualidade apropriadas; 2) acesso à alimentação de qualidade e aos recursos adequados que a promovem; 3) utilização da alimentação no contexto de uma dieta adequada e de bem-estar; 4) estabilidade que garanta acesso permanente à alimentação adequada, sendo o aspecto nutricional fundamental no atendimento das necessidades alimentares. Com forte enfoque no atendimento estável das exigências nutricionais, esse conceito aponta para uma dieta adequada. Essa delimitação genérica de qualidade não enfatiza a necessidade de contemplar aspectos socioculturais estabelecidos nos hábitos tradicionais. Contudo, tal lacuna pode ser intencional diante da dificuldade de considerar alguns elementos de dietas adotadas pelas sociedades como adequadas – já que nem tudo o que é tradicional é compatível com a segurança alimentar em sentido amplo.

Embora aborde de forma tênue a dimensão nutricional, a perspectiva de segurança alimentar adotada pela FAO concentra-se prioritariamente na garantia do acesso a alimentos, especialmente em contextos marcados pela fome e escassez. Procurando ampliar o olhar, a formulação brasileira incorpora o adjetivo “nutricional” à expressão “Segurança Alimentar”, enfatizando os princípios fundamentais do Direito Humano à Alimentação Adequada e Saudável (DHAA) e da Soberania Alimentar. Assim, articula dimensões socioeconômicas, de saúde e de responsabilidade ambiental, abrangendo não apenas a disponibilidade de alimento, mas também a qualidade de vida e os modos de produção e consumo. Essa concepção se distingue do uso da expressão “segurança alimentar” utilizada por organismos internacionais, governos e corporações do setor alimentar, que tendem a adotar uma visão mais restrita (Leão; Maluf, 2012). Em outras palavras, o enfoque da Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) propõe ampliar o acesso a alimentos, promover padrões de consumo mais saudáveis e sustentáveis e direcionar ações a grupos vulneráveis, constituindo um parâmetro fundamental para o desenvolvimento sustentável e a equidade social.

Do ponto de vista da FAO (2006), os sistemas alimentares reúnem perspectivas complexas, geralmente colocados sob dois modelos: o agroindustrial dominante, geralmente associado ao agronegócio e ao sistema produtivo convencional; e o modelos alternativos, associado a uma produção mais biodiversa, em sistemas produtivos de menor escala¹⁶. O primeiro é orientado por ganhos de escala e uma perspectiva de produção e comercialização de *commodities* padronizadas, iniciada com a revolução industrial e a urbanização, consolidando-se com a globalização. Trata-se de um modelo com agentes intermediários que distanciam o consumidor do produtor de alimentos, com redução da diversidade alimentar. Nesse modelo hegemônico incluem-se os alimentos processados e ultraprocessados que, frequentemente, são mais baratos e acessíveis para o consumo. Produzidos com ingredientes obtidos industrialmente, precisam ser saborizados e aromatizados

¹⁶ O conceito *alternativo* se contrapõe à padronização da alimentação, pela monocultura em larga escala e em sistema produtivo convencional. Porém, há outros aspectos a serem considerados para além da diversidade e que também se opõe ao modelo hegemônico. Trata-se do conceito *territorial*, que remete não apenas a biodiversidade, mas agrega elementos da territorialidade, expressos no saber fazer, na tradição, nos hábitos alimentares e nos modos de organização nos mercados territoriais. A literatura consultada avança nesse entendimento, no qual o sistema alimentar alternativo passa a ser expressado pelo sistema alimentar localizado (SIAL) ou territorializados (SAT).

artificialmente para garantir satisfação gustativa e olfativa, o que vem associado ao crescimento de distúrbios alimentares e muitos outros problemas de saúde.

No contexto da América Latina, o modelo produtivista começou a ser implantado nos anos de 1960 e 1970, quando se encarava o problema da segurança alimentar como resultado da escassez de alimentos, frente ao crescimento mundial da população (Grisa; Porto, 2023). Diante dessa perspectiva, o problema da fome deveria ser resolvido aumentando a oferta de alimentos, para o qual deveriam ser alocados recursos públicos. O contexto de crescimento populacional e de expansão na produção de riquezas fez com que se desenvolvesse uma intensa tecnificação, ampliando produtividade, com especialização (produtores de *commodities*), utilização de insumos químicos de síntese industrial, beneficiamento e transformação por grandes agroindústrias, distribuição via longas distâncias de produtos alimentares e consumo de massa. Em muitas regiões do Brasil, esse sistema alimentar está associado a produções agrícolas de pouca agregação de valor, muitas vezes, relacionadas à grilagem de terras ou conflitos agrários e destinadas às indústrias nacionais ou ao mercado internacional (Sabourin *et al.*, 2022).

Enquanto o sistema hegemônico recebe forte apoio do Estado brasileiro, um contingente expressivo de produtores enfrenta dificuldades para se inserir no modelo modernizante. Tal condição se agravou diante da crise econômica da década de 1980, quando o Estado reduziu seu potencial de apoio. Em reação, alguns grupos passam a se organizar, o que resultou no reconhecimento da categoria política da agricultura familiar. Sua composição é extremamente diversa, reunindo tanto agricultores com práticas agrícolas convencionais e elevada utilização de insumos externos quanto associados a práticas agroecológicas e sistemas tradicionais. Durante as décadas de 1990 e 2000, em resposta às reivindicações de movimentos sociais e sindicais de agricultores familiares, foram implementadas novas políticas públicas orientadas ao público da agricultura familiar e camponesa. Entre essas destacam-se linhas de crédito rural diferenciadas, programa de seguro agrícola, recursos para assistência técnica e extensão rural, redesenho de programas de garantia de preços, compras públicas de alimentos, entre outras. Em complemento, na primeira década dos anos 2000, o papel dos sistemas alimentares alternativos passa a ser debatido nos espaços institucionais, com destaque para o Conselho Nacional de Segurança Alimentar e

Nutricional (Consea)¹⁷ e o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA). Na primeira fase, a maior parte das políticas públicas procurou ampliar o público inserido no referencial tecnológico produtivista convencional, viabilizando seu acesso com subsídios. Em um segundo ciclo, reflexo da participação social, foram criadas e adequadas algumas políticas públicas que atendem sistemas produtivos orientados por referenciais agroecológicos, como as compras governamentais (Capellesso, Cazella, Rover, 2016; Grisa; Porto, 2003).

O crédito rural beneficia, sobretudo, agricultores familiares mais capitalizados e a extensão rural enfrenta dificuldades em trabalhar com sistemas produtivos diversos, com utilização de menos insumos externos, o que ainda ocorre atualmente. O apoio dado pelo governo federal aos sistemas produtivos convencionais também se intensificava, devido ao aquecimento do mercado internacional de *commodities* e a importante contribuição do setor ao crescimento econômico do país. Nessa direção, o crédito rural de custeio do Pronaf acabou por se concentrar na compra de animais e na produção de milho, soja e café, enquanto reduzia-se a participação relativa das demais atividades (Souza *et al.*, 2013; Capellesso, Cazella, Búrigo, 2018). Esse apoio vinha não apenas na concessão de crédito rural, como também em flexibilizações nas legislações ambientais, trabalhistas e fundiárias. Enquanto um grupo de agricultores familiares se insere no modelo convencional (“agronegócio”), parte dos grupos e organizações que demandam a ação do Estado nos anos 1990 passam a fazer oposição ao modelo hegemônico. Nesse contexto, emerge o reconhecimento da temática ambiental junto ao combate da pobreza, o que exige novas estratégias para desenvolver o rural. Com um novo olhar sobre os recursos e o desenvolvimento, os atores adotam abordagens territoriais para superar a visão setorial e construir relações mais próximas com consumidores urbanos (Galvanese, 2021; Sabourin *et al.*, 2022).

Apesar do referencial produtiva ter demonstrado capacidade de adaptação e transformação para enfrentar a pressão demográfica, sem interromper o fornecimento de alimentos a nível global¹⁸ (Caron; Daguet; Dury, 2023), esse perdeu força a partir

¹⁷ O Consea é um órgão consultivo do Presidente da República, composto por representantes da sociedade civil e do governo. Sua finalidade consiste em propor ações governamentais, medidas e diretrizes no campo da Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) no país. Desde sua criação em 1993, o Consea foi extinto duas vezes: a primeira em 1995, retornando em 2003, e a segunda em 2019, sendo restabelecido em 2023. Este recente restabelecimento ocorre em um contexto grave de insegurança alimentar no Brasil, destacando a urgência do combate à fome no país.

¹⁸ O sistema global de produção e comercialização de alimentos tornou possível a distribuição de alimentos básicos no mundo inteiro e durante todo o ano (Caron; Daguet; Dury, 2023). Em períodos

de 1980. Seus limites para assegurar a segurança alimentar e nutricional foram observados na ampliação das desigualdades sociais e em consequências danosas nos aspectos ambiental (solo, água, biodiversidade) e nutricional (alimentos mais gordurosos, açucarados e limitados a determinados grupos alimentares). A observação desse contexto desencadeou a mobilização de diferentes grupos sociais que passam a defender a transformação das práticas alimentares (Wilkinson, 2023). Nesse período foram concebidos muitos projetos heterogêneos, assim denominados por procurarem de diferenciar da proposta globalizante e homogeneizadora (Medeiros *et al.*, 2017). As análises dessas experiências geralmente resultam em demonstrações da centralidade dos elementos extraeconômicos, como a organização social, cooperação e mobilização de recursos diferenciados, que configuram formas de resistência e afirmação do local frente ao global (Reis, 2007).

Apesar do caráter recente da organização dos atores que representam um modelo produtivo mais sustentável e defendem um sistema alimentar socialmente mais responsável, o fato é que sistemas alternativos sempre existiram. Em menor escala ou segundo uma visão hegemônica de que deveriam ser superados, são menos visibilizados e valorizados. Esses modelos alternativos representam formas históricas de produção e de comercialização diversos. Muitos deles seguem a perspectiva da produção artesanal, de um comércio que articula o econômico ao sociocultural, especialmente, em circuitos curtos ou de proximidade, com produção orgânica e proteção da biodiversidade, o que contribui para reduzir o impacto ambiental. Essa produção alternativa ganha espaço na medida em que a economia de escala do modelo agroindustrial não é suficiente para melhorar a segurança alimentar e nutricional, além dos seus impactos socioambientais darem claros sinais de fragilidades. Outro elemento está associado à diversidade de sistemas alternativos e dos alimentos gerados, o que lhes confere possibilidade de atender novos apelos dos consumidores – na perspectiva de que o alimento cumpre funções sociais que vão além da nutrição, como os aspectos culturais, de prazer e promoção da saúde.

A aproximação entre produção e consumo se destaca como uma alternativa ao modelo agroalimentar globalizado, evidenciando dinâmicas territoriais marcadas pela especificidade da matéria-prima, sazonalidade e ancoragem territorial, elementos

de crise sanitária ou até mesmo no período da pandemia de COVID-19 (2019-2020), não houve interrupção no fornecimento ou abastecimento de alimentos, porém alguns produtos ficaram mais caros devido a menor taxa de produção e/ou distribuição.

característicos dos Sistemas Agroalimentares Localizados (SIAL). Esses sistemas se complexificam à medida em que os territórios produzem e criam uma oferta sinérgica de bens e serviços (Pecqueur, 2006), denominado de Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST). Como se verá com maior profundidade no capítulo 4, a CBST é mais abrangente e não se restringe a ser um SIAL mais complexo, ele integra atividades diversas e, portanto, diversos atores territoriais (multiatores). Sua diferenciação em relação a outras formas de concorrência se dá por três aspectos: i) valorização dos atributos naturais que constroem qualidade e imagem territorial; ii) associação entre bens e serviços públicos e privado de forma sinérgica; e iii) a contribuição para enfrentar desafios globais relacionados ao consumo (Pecqueur, 2006). Assim, o território se configura como espaço empírico e real das estratégias de adaptação ao modelo globalizado (Pecqueur, 2005).

2.2 A TERRITORIALIZAÇÃO E A SUSTENTABILIDADE DOS SISTEMAS ALIMENTARES

Para além dos questionamentos ao modelo alimentar, o próprio modelo fordista de acumulação passou a ser questionado, o que exige a adoção de novos instrumentos e políticas para organização produtiva. Na dimensão econômica, os estudos sobre os distritos industriais neo-marshallianos do início do Século XX resultaram na formulação do conceito de Sistema Produtivo Localizado (SPL). Essa noção buscou identificar formas similares de organizações produtivas localizadas que apresentavam dinâmicas de desenvolvimento socioeconômico, aproveitando as potencialidades do próprio território e as articulando com as oportunidades externas. Para além da explicação econômica baseada em escolhas utilitaristas (*Homo economicus*), essa nova formulação incluiu nas análises os fatores extraeconômicos, como as redes de cooperação. Outros elementos estão associados aos efeitos de proximidade de atividades (produtivas e de serviços), nas inovações tecnológicas territorializadas e no fato de saberes únicos serem transmitidos e intercambiados por meio dos contatos pessoais, respondendo às necessidades de promoção do desenvolvimento territorial (Courlet, 2002; 2013).

Os formuladores do SPL partem da hipótese que a territorialidade, entendida como os vínculos sociais, culturais e econômicos que os atores mantêm com o território, é a base para sua aproximação e influência nas escolhas econômicas

(Pecqueur, 1992). À medida que as interações se intensificam, os espaços de proximidade podem ser construídos e institucionalizados, como regras que passam a orientar o comportamento individual (Fournier; Muchnik, 2010). A noção também contribui no entendimento de dinâmicas rurais, construídas a partir de relações internas e de fatores externos que viabilizam dinâmicas sociais e produtivas de geração de renda. A proximidade favorece a coesão e a cooperação entre os agentes econômicos no âmbito do SPL (Courlet, 2002; 2013). Soma-se à proximidade geográfica a necessidade de um sistema de pertencimento, no qual o resgate e o tempo histórico são elementos que permitem a coordenação de ações para enfrentar problemas comuns e viabilizar a reprodução social (Courlet; Pecqueur; Soulage, 1993; Courlet, 2013). Nessa direção, o conceito de SPL é abrangente, orientando a análise do desenvolvimento a partir da diversidade de setores de produção e serviços.

No setor agroalimentar, os sistemas alternativos avançam ao longo do tempo na busca da valorização da dimensão espacial ou territorial. Nos anos 1990, essa reflexão resultou no conceito de Sistema Agroalimentar Localizado (SIAL), inspirado nos SPLs (Courlet, 2002). De origem francesa, a abordagem do SIAL pode ser vista como uma forma particular de SPL, tendo se estruturado progressivamente em torno das análises de interação entre produção de alimentos e ancoragem territorial (Fournier; Muchnik, 2010; Muchnik, 2010; Boucher; Requier-Desjardins; Brun, 2010; Requier-Desjardins, 2010; 2013). Enquanto o SPL refletia sobre a realidade de uma organização industrial de forma cooperada, ao ser aplicada ao setor de transformação alimentar inserido em redes locais de produção, o SIAL realça o saber local específico, a interação entre produtores agroalimentares, as instituições locais e os consumidores. Essa particularidade evidenciou a cooperação estabelecida entre atores, podendo dar base à valorização de ativos específicos, que refletem em atributos de diferenciação e de exclusividade nos mercados, em relação ao padrão globalizado (Requier-Desjardins; Boucher; Cerdan, 2003).

Na perspectiva do SIAL, o reconhecimento está nas raízes locais da produção agrícola e agroalimentar, considerando particularidades dos *terroirs*, das organizações locais envolvidas, das estratégias de promoção dos produtos, das cadeias curtas de abastecimento, da valorização pelos consumidores e do valor simbólico atribuído aos produtos (Fournier; Muchnik, 2010; Favarão; Favareto, 2021). Entre os atores que compõem um SIAL, os consumidores também estão incluídos, assim como as relações sociais e aspectos vinculados ao território: fatores

edafoclimáticos, saber-fazer, fatores simbólicos, referências identitárias e culturais, os quais formam o tecido institucional (Muchnik, 2010). A dinâmica de desenvolvimento de um SIAL está apoiada igualmente sobre a ação coletiva na qual se permite ativar recursos específicos territoriais¹⁹. Dessa maneira, a ativação pode ocorrer mediante dois processos: a partir da criação de um coletivo ou organização (associação, cooperativa ou outro) e pela construção de um recurso territorial ligado à qualidade (marca coletiva, indicação geográfica, rótulo)²⁰, com a necessária coordenação de redes entre atores internos e externos ao SIAL (Boucher; Requier-Desjardins; Brun, 2010; Requier-Desjardins, 2013).

A qualidade de base territorial se constrói com o domínio da técnica nos ecossistemas cultivados, o que implica conhecer o tipo de solo, o clima e a topografia, mas também indicar as características socioculturais específicas dos produtos pela sua origem territorial. Somado à qualificação pela origem, decorre a qualificação pela demanda do consumidor, observada e facilitada pela proximidade geográfica e cultural (Requier-Desjardins, 2013). Esse reconhecimento da qualidade pelo consumidor pode, na ausência de um instrumento de indicação formalizada, se dar pela confiança na origem do produto e construída pela relação de proximidade que cria laços sociais entre produtor e consumidor.

A capacidade da teoria de SIAL embasar a tomada de decisão dos atores em iniciativas que promovam o desenvolvimento territorial passa essencialmente por manter as raízes territoriais da produção agrícola e agroalimentar. Esse processo é obtido pelo saber-fazer e pela organização sócio-territorial que constitui o recurso específico. Entre os principais desafios se destacam a necessidade de ação coletiva e de diversos efeitos de proximidade, os quais nem sempre são gerados nas configurações espaciais possíveis. Ao se basear na ação coletiva coordenada, a dimensão cultural e simbólica e os processos de patrimonialização podem unir os

¹⁹ Destaca-se que essa formulação foi mobilizada no contexto francês para analisar as estratégias criadas por territórios não compatíveis com o modelo modernizante hegemônico, especialmente, em territórios montanhosos.

²⁰ A marca coletiva e a indicação geográfica são signos distintivos de produtos e serviços previstos na legislação brasileira, cujo registro se dá junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Ambas dependem da ação de uma organização coletiva, sendo que a primeira pode beneficiar produtores ou prestadores de serviços diversificados, enquanto a segunda tem por foco um único produto ou serviço de uma coletividade, que tenha alguma distinção associada ao território. Uma marca coletiva pode fazer referência a alguma característica territorial. Já os produtos e serviços com indicação geográfica são de áreas geográficas delimitadas, com características históricas, culturais, edafológicas e climáticas particulares, além de reconhecida reputação e qualidade vinculadas às normas de produção e de práticas tradicionais.

atores na trajetória de um tipo de desenvolvimento desejado (Fournier e Muchnik, 2010). Em complemento, como a qualificação dos produtos é dependente da manutenção dos recursos naturais utilizados, cria-se a confluência entre SIAL e a busca pela preservação da biodiversidade, demonstrando uma forma de coordenação territorial com efeitos sobre a sustentabilidade e o desenvolvimento territorial. Essa aproximação da abordagem do SIAL com os patrimônios naturais e com a identidade cultural apontam para uma dimensão antropológica e não apenas econômica (Requier-Desjardins; 2010).

A preocupação com a segurança alimentar e nutricional e com o tema da sustentabilidade fez emergir, em 2012, esse novo conceito, englobando a construção de uma ética alimentar na qual produtores e consumidores desempenham papéis centrais. A noção de SIAL evoluiu para o conceito de Sistemas Alimentares Territorializados (SAT), no qual os conceitos de território e agroalimentar se integram com o objetivo de promover responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável (Rastoin, 2015). O foco está na integração de toda cadeia alimentar, partindo da produção até o consumo, envolvendo uma rede de atores organizada e estruturada e em escala territorial.

Neste sentido, assume-se a necessidade de compreender de maneira sistêmica os processos de transformação, integrado à diversidade das relações de produção, comercialização e consumo (Favarão; Favareto, 2021). A dimensão espacial, igualmente importante, caracteriza-se por redes locais de empreendimentos agrícolas, agroalimentares e de serviços, que partilham recursos locais, baseiam-se no consumo de proximidade e que, portanto, olha para a diversidade de iniciativas de atores territoriais. Para Rastoin (2015; 2016), o SAT se caracteriza por três tipos de aproximação: 1) reconexão com os recursos naturais, seguindo os princípios da agroecologia; 2) agricultura e indústria se aproximam pela utilização de matéria-prima local; e 3) a reaproximação de uma demanda alimentar e uma oferta local de alimentos abundante e variada e de qualidade perceptível pelos consumidores. Essas aproximações são importantes, pois são centradas nas redes de circuitos curtos que estabelecem forma de governança entre atores diversos.

As formulações que emergem a partir de SAT se propõem a refletir sobre a constituição de um sistema alimentar sustentável. A constatação dessa necessidade está relacionada ao fato de que uma boa alimentação é essencial para a saúde e bem-estar individual ou coletivo, enquanto a forma hegemônica de produção tem

provocado impactos negativos na saúde e nos aspectos ambiental, social e econômico. Apesar da maior capacidade de suporte de muitos ecossistemas e do incremento da capacidade produtiva associada à adoção de tecnologias do modelo convencional, Favareto (2019) destaca que a riqueza gerada é distribuída de forma desigual, pouco contribuindo com a ampliação do bem-estar da coletividade. Ao se basear em cadeias longas, até o alimento chegar ao consumidor final, ocorrem muitas perdas, as quais poderiam ser reduzidas com a comercialização em circuitos curtos.

Se o modelo convencional enfrenta gargalos, a adoção de sistemas alimentares a partir de recursos de origem territorial e de aproximação entre produtores e consumidores também encontra limites em diferentes aspectos. No estudo realizado por Mundler e Boulianne (2022), no Quebec, foi observado ambiguidades no entendimento sobre o “local” e a dimensão geográfica a ser considerada. Outro aspecto apontado no estudo diz respeito ao fato de os produtos locais serem vistos como mais caros e menos competitivos, sendo que a compra se insere em um contexto de militância e solidariedade aos produtores locais, assim como o apelo a aspectos socioambientais. Se os valores são relevantes para explicar uma decisão não utilitarista que foge ao menor preço, em um mundo profundamente desigual, há que considerar que essa escolha é possível por somente parte da população. O terceiro aspecto mencionado é de que há uma complementaridade entre os dois modelos, no qual os alimentos circulam por cadeias longas ou curtas, devido à disponibilidade (Mundler; Boulianne, 2022). Estes aspectos permitem reflexões sobre algumas razões pelas quais os modelos alternativos não se tornam predominantes, bem como a necessidade de buscar respostas para solucionar tais questionamentos.

Dentre outros entraves que estão postos aos modelos alternativos, os aspectos produtivos e seus impactos sobre o meio físico e a vida moderna precisam ser melhor analisados: 1) além do preço, tem-se o risco de impactos ambientais localizados, que podem gerar grandes oscilações quando o manejo não é feito de maneira correta e conforme as condições locais; 2) os modelos alternativos limitam a incorporação de tecnologias poupadoras de mão de obra, ao propor um menor impacto sobre o meio, o que se torna um entrave na medida que as sociedades se desenvolvem. Nesse caso, tende-se a pensar que os modelos alternativos seriam só compatíveis em um contexto de pobreza e mão de obra barata. Em paralelo, as tecnologias produtivas de hoje são concebidas segundo um modelo agrícola de monocultura e de maior escala de produção, atendendo em menor proporção as produções com manejo diferenciado,

que requerem menor impacto sobre o solo; 3) os problemas de uma alimentação inadequada na saúde humana demoram a aparecer, o que tende a fazer essa correlação não ser considerada pelo consumidor. Em complemento, há que se conceber uma nova relação com o alimento, que se choca com várias dimensões da vida moderna (ex. praticidade). Isso se reflete na maneira de tratar a alimentação localizada e próxima aos consumidores em um contexto de megalópoles; 4) em um mundo que muitos não têm o que comer, escolhas de base ética orientadas por valores nem sempre são possíveis. Quanto maior a pobreza, menores são as chances de escolhas de uma alimentação de qualidade nutricional e equilibrada; 5) alguns modelos alternativos são realmente sustentáveis ambientalmente, mas há complexidades para oferecer escala, não apenas dentro de um manejo adequado, mas também quanto à dicotomia de se ter monocultura ou biodiversidade (Ploeg, 2008; Schneider, 2016; Goodman, 2017).

Em uma tentativa de avançar nas formulações, a noção de sistema *agroalimentar* territorial busca ir além das interações entre produtores e consumidores, diferenciando o sistema alimentar da lógica da cadeia alimentar. Sua base está no caráter integrador da ecologia orientada para a necessidade de considerar o sistema sociotécnico, que envolve uma diversidade de atores, redes e mecanismos, tanto a montante quanto a jusante da cadeia alimentar, onde as interações ocorrem de forma não linear, permitindo reformulações nos critérios de qualidade na produção e no consumo (Lamine, 2012; Lamine *et al.*, 2022). Nessa perspectiva, os fluxos, mas também as relações, visões, redes e conflitos são observados em iniciativas concretas que buscam construir um projeto político. As questões do coletivo são abordadas e debatidas em conjunto com pesquisadores e agentes dos projetos, oferecendo um caráter pragmático à tentativa de abordar as diferentes visões das temáticas ambientais, de saúde, justiça alimentar e produtiva em torno da alimentação.

A partir do resgate do Relatório Brundtland (“Nosso futuro comum”), publicado em 1987, algumas formulações adjetivam os sistemas alimentares sustentáveis. Ao agregar a perspectiva futura, presente na formulação pioneira do Relatório, em seu tripé são utilizadas a perspectiva de práticas econômicas, sociais e ambientais, que garantam segurança alimentar e nutricional para todos e para as futuras gerações (Sabourin *et al.*, 2022). Ao retomar a teoria dos SAT para a aplicação sustentável na base territorial, Rastoin (2020) sugere inovações nos sistemas alimentares seguidas

com princípios interdependentes, incluindo aspectos da qualidade do produto, autonomia, proximidade e solidariedade, em uma estratégia de segurança alimentar e nutricional sustentável. Alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a transição para sistemas alimentares sustentáveis é complexa e deve considerar os modelos de cultivo e consumo dos alimentos, bem como a utilização e conservação dos recursos naturais e os aspectos sociais de acesso a esses alimentos. Deve ser considerado o aspecto energético, mas também os aspectos imateriais de valorização do conhecimento, bem como as ações de promoção da mudança, individual e coletiva, passando pelo poder público e privado (Loconto, 2020). Nessa perspectiva, surge uma interface entre o direito à alimentação e a segurança alimentar e nutricional, as práticas de equidade de trabalho e de fortalecimento de circuitos curtos, bem como reconhecimento e incorporação da agroecologia enquanto uma prática de manutenção da biodiversidade e dos recursos naturais. A construção desse modelo deve ser inclusiva e democrática, tanto na governança e tomada de decisões, quanto no acesso (Blay-Palmer *et al.*, 2020).

O resgate das formulações teóricas evidencia uma ampla gama de desafios, os quais dificilmente serão contemplados em sua integralidade em algum projeto prático, mas que servem de referência para orientar as análises e as ações dos atores. Os sistemas agroalimentares alternativos têm evoluído significativamente ao longo dos anos, com um foco crescente em sustentabilidade, recursos locais e promoção de consumo local de maneira acessível na perspectiva do desenvolvimento territorial sustentável. Políticas de produção e consumo locais, mercados de produtores e programas de agricultura urbana são alguns dos exemplos viáveis citados nas literaturas e que representam uma mudança de paradigma de produção e consumo de alimentos, que se propõe a ser uma forma resiliente de enfrentamento as crises sociais e ambientais.

Nas abordagens SIAL e SAT, o mercado é entendido como uma construção social baseada em padrões de qualidade e normas comerciais que orientam a organização e coordenação dos atores locais (Fournier; Muchnik; 2012). No entanto, apresenta limitações por não abordar conflitos de poder, circulação, abastecimento ou as conexões com mercados mais amplos (Schneider; Almeida; Salvate, 2022). Outras críticas mencionam o foco dessas abordagens serem orientadas a geração de produtos específicos com alto valor agregado e sem considerar a diversidade de produtos e a vinculação com a *ecologização* (Lamine *et al.*, 2022), além de sua

restrição a mercados de proximidade com baixo poder aquisitivo (Pecqueur, 2006; 2024). Em síntese, essas abordagens coexistem, dialogam e divergem, não havendo uma sucessão de forma progressiva e natural de referenciais, mas evidenciando tensões, limites e a necessidade de complementaridades, sobretudo no que se refere aos processos de ativação, valoração e disputa pelos bens socioterritoriais. Nesse contexto, buscando compreender dinâmicas de desenvolvimento territorial sustentável, mais articulada com as diversas atividades presentes no território por ação de multiatores, a abordagem da CBST²¹ é formulada como um desdobramento e tem ganhado destaque nos estudos atuais (Cazella *et al.*, 2019; 2020), inclusive com a publicação de um dossiê²² de diversos artigos que utilizam esse referencial teórico-metodológico. Em resumo, a Figura 4, destaca alguns elementos do SPL, SIAL, SAT e CBST, mostrando o amadurecimento teórico do desenvolvimento territorial e alimentar.

Figura 4- Abordagens dos Sistemas Territoriais e Alimentares



Fonte: elaboração própria, 2025

Enquanto o SPL se ancora na economia industrial e nos estudos de inovação, o SIAL privilegia os sistemas agroalimentares e a construção social da qualidade. O SAT amplia o olhar para práticas, multifuncionalidades e territorialidades, sendo que a CBST, por sua vez, desloca o foco para os valores territoriais, os bens

²¹ A abordagem da CBST é apresentada e analisada com mais profundidade no Capítulo 4.

²² Dossiê: Desenvolvimento rural e a Cesta de Bens e Serviços Territoriais. Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas, v. 42, n.1, 2022

socioterritoriais e os processos coletivos de qualificação e disputas pelos sentidos do território.

A CBST, tema a ser aprofundado no capítulo 4, sintetiza e amplia os conceitos anteriores ao incorporar múltiplas dimensões (econômica, sociocultural, ecológica e política) e ao reconhecer que o território é lugar de cooperação, mas também de conflito e disputa por reconhecimento. Assim, pode ser uma ferramenta crítica para analisar desigualdades, evidenciar exclusões e propor estratégias de desenvolvimento territorial mais justas e inclusivas.

2.3 AS PERSPECTIVAS DA JUSTIÇA ALIMENTAR, DAS COALIZÕES E DO CONSUMO NOS SISTEMAS ALIMENTARES

Entre os objetivos de sustentabilidade nos sistemas alimentares, se destaca o direito à alimentação e à superação dos riscos de insegurança alimentar em situações de pobreza e precariedade (Hochedez; Le Gall, 2016). Nesse sentido, a noção de justiça alimentar (*food justice movement*) requer desenvolver as relações entre alimentação, agricultura e justiça (Hochedez; Le Gall, 2016). Em outras palavras, há um sistema de assimetrias e desigualdades sociais e espaciais, na qual a falta de justiça alimentar não se restringe à disponibilidade e partilha de recursos, mas no direito ao alimento. A acessibilidade é antes de tudo uma questão de poder, da lógica de dominação, na qual os sistemas alimentares mais equitativos são construídos a partir de dispositivos de educação, empoderamento e governança (Hochedez; Le Gall, 2016). Contudo, a segurança alimentar e nutricional constitui uma importante questão na abordagem da justiça alimentar, o que implica na melhoria de acesso aos alimentos de forma justa, agindo sobre as desigualdades estruturais que marcam os sistemas agroalimentares. No Brasil, o ativismo alimentar de organizações da sociedade civil promove experiências de distribuição de alimentos para população em vulnerabilidade, a exemplo das cozinhas solidárias, e a busca por promover circuitos curtos de produção e consumo, na perspectiva de construir dinâmicas mais saudáveis e inclusivas (Saborin *et al.*, 2022).

Na França, as iniciativas que contribuem com a ajuda alimentar aos mais desfavorecidos incluem o Fundo Europeu de Ajuda Alimentar, as deduções fiscais de pessoas físicas e jurídicas que realizam doações a associações de ajuda alimentar e

as políticas de combate à insegurança alimentar e ao desperdício de alimentos. Um tema que deve estar cada vez mais presente na discussão dos sistemas alimentares é a luta contra o desperdício alimentar e o de recuperação alimentar, enquanto uma alternativa de ancoragem territorial baseada na proximidade espacial e social (Tecchio; Cortes; Valette, 2023). Demonstrando a atualidade do debate, o Relatório do Índice de Desperdício de Alimentos 2024 da Organização das Nações Unidas revelou dados que vão na contramão da Agenda de 2030 dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. Em 2022, foram gerados 1,05 bilhões de toneladas de resíduos alimentares, enquanto 783 milhões de pessoas foram afetadas pela fome (ONU, 2024). Outro apontamento do relatório indica que 8 a 10% das emissões globais de gases de efeito estufa são gerados pela perda e o desperdício de alimentos. Reduzir esses índices é fundamental para melhorar a segurança alimentar e nutricional, bem como reduzir os impactos ambientais e econômicos.

No contexto da América Latina e do Caribe, que constituem a maior região exportadora de alimentos do mundo, persistem desafios significativos em termos de segurança alimentar e nutricional. Essa contradição demonstra que o problema não está na disponibilidade de alimentos, mas sim na acessibilidade e na capacidade financeira de adquiri-los. Altos níveis de desigualdade de renda, combinados com o aumento dos preços dos alimentos afetam, sobretudo, os grupos mais vulneráveis, reduzindo sua capacidade de garantir dietas nutritivas. Essa situação se agrava diante da intensificação de fenômenos climáticos extremos, cujos efeitos impactam de maneira desproporcional mulheres, populações rurais e periurbanas, bem como povos indígenas, evidenciando que a insegurança alimentar na região é menos uma questão de escassez e mais uma expressão das relações desiguais de poder que estruturam o sistema alimentar (FAO, 2025). Dados publicados recentemente confirmam essa desigualdade na região. Em 2023, 30,3% das mulheres e 25,1% dos homens na América Latina e no Caribe vivenciavam situações de insegurança alimentar moderada ou grave. Essa diferença de 5,2 % entre os sexos é bem superior à média global, de 1,3 %. Além disso, a insegurança alimentar foi 6,2 % mais elevada nas áreas rurais do que nas urbanas, revelando desigualdades estruturais associadas tanto ao gênero quanto ao território na região (FAO; FIDA; OPS; PMA; UNICEF, 2024).

Os limites para contemplar o acesso reforçam o debate sobre justiça e soberania alimentar, que reivindica a democratização do acesso e do controle sobre os recursos alimentares. A justiça alimentar propõe que o acesso a alimentos

saudáveis, culturalmente adequados e sustentáveis é um direito, não um privilégio. Ela questiona as estruturas de poder que determinam quem produz, quem consome e quem lucra no sistema alimentar. Não se refere apenas a desigualdades econômicas, mas de injustiças sistêmicas com grupos mais fragilizados socialmente. Já a soberania alimentar reivindica o controle democrático sobre os recursos alimentares. Sob essa perspectiva, a insegurança alimentar na América Latina e no Caribe reflete não apenas carências materiais, mas também a negação de direitos e de autonomia dos povos e dos territórios sobre suas formas de produzir e se alimentar. Trata-se, portanto, de uma questão de justiça social e política, na qual gênero, classe e território se entrelaçam como dimensões centrais da desigualdade.

A observação da questão da justiça social é base para se alcançar a justiça alimentar (Hochedez e Le Gall, 2016). Em muitos casos não se trata de garantir o alimento de qualidade, mas o acesso aos meios de produção, especialmente, à terra como recurso fundiário (Favareto, 2010; Blay-Palmer *et al.*, 2020). Nessa direção, Hochedez e Le Gall (2016) chamam a atenção sobre o fato da distribuição desigual se apresentar dentro do próprio contexto territorial, evidenciando os processos históricos de ocupação de terras e acesso aos recursos produtivos. Mais do que recursos, essas se consolidam em diferentes estruturas de poder assimetricamente distribuídos. Dessa maneira, a exemplo do processo histórico de ocupação das terras no Brasil, mais especificamente no território de estudo da Serra Catarinense, a distribuição das terras priorizou um grupo específico, de raça, cor, gênero, ao qual se perpetua na atualidade. Aos trabalhadores das terras restam os baixos salários na produção agrícola e sua marginalização ou a migração para centros urbanos, o que os torna consumidores urbanos desfavorecidos. Isso faz com que a justiça social possa ser discutida nos diferentes espaços, seja rural ou urbana, que vai desde o acesso à terra para produção ao acesso a uma alimentação de qualidade.

Para Hochedez e Le Gall (2016), integrar os recursos agrícolas nas questões de justiça alimentar permite reconectar-se com a base dos sistemas alimentares. À proposta de um sistema alimentar alternativo, que dá ênfase às dimensões do local e do mais saudável, buscou-se introduzir também a ideia do mais justo (no sentido de equidade). Contudo, há questões que imperam sobre as possibilidades da justiça se efetivar, o que implica na participação nos processos de governança, no acesso às condições de produção e no consumo local de produtos locais. Como os interesses dos atores do território são distintos, as relações internas e com os agentes externos

são, geralmente, conflituosas. Isso implica em reconhecer e compreender a complexidade dos processos de desenvolvimento territorial (Cazella, 2006; Galvanese, 2021). A preocupação em identificar os conflitos não significa necessariamente encontrar uma solução definitiva, mas sim em pensar estratégias de empoderamento dos grupos mais vulneráveis e promover a mediação, o que possibilita a construção de acordos e o fortalecimento de coalizões sociais, essenciais para aumentar a eficácia das ações de desenvolvimento (Ribeiro *et al.*, 2023).

Para que se alcance um caráter de ações mais inclusivas, as *formações de coalizões* sociais amplas e plurais devem representar uma maior diversidade de interesses. Para isso é necessário construir condições de equidade e redução de assimetrias de poder para influir e manter uma agenda inclusiva, criando uma combinação para que seus interesses sejam representados em condições de igualdade junto aos mais bem posicionados (Favarão; Favareto, 2021). Reconhece-se as dificuldades de representação da heterogeneidade e diversidades nesse campo e de que as coalizações dominantes e privilegiadas tendem a manter o controle e sua posição. Porém, há que se observar as *janelas de oportunidades* que exercem pressão por mudanças, sobretudo diante de crises (Favarão; Favareto, 2021). São nesses momentos que surgem experiências inovadoras de mudanças, nas quais algumas regras são alteradas pelas coalizões sociais.

No campo das coalizões deve-se buscar processos de aprendizagem, para os quais se crie condições de dialogar com as necessidades coletivas. Sendo a alimentação um interesse comum dentro de um território, os agentes privados (produtores), gestores públicos, atores associativos, bem como consumidores, devem estar envolvidos igualmente. Os processos de educação e a sensibilização alimentar são igualmente importantes, com foco em alimentos que se tornaram mais acessíveis. O processo de educação alimentar parte dos hábitos alimentares que, por serem construções sociais e culturais, permitem mudanças e a formação de novos interesses. Para além da simples introdução de novos produtos, essa dinâmica se expressa na transformação do setor agropecuário que constituiu a indústria alimentar. Ao longo do Século XX, foram desenvolvidas e incorporadas técnicas que possibilitaram a globalização alimentar por longos circuitos de comercialização, enquanto registra-se o empobrecimento das culturas alimentares. Em reação, há alguns anos se observa uma mobilização em torno da qualidade no consumo, o que passa por promover novos atributos qualificantes na produção (Wilkinson, 2023).

Quando se observa o sistema alimentar hegemônico, registram-se ações que procuram mitigar os impactos no aspecto ambiental, mas pouco no aspecto social. Atualmente, grandes corporações dominam o mercado de produtos alimentícios. Além de não produzirem alimentos com valores nutricionais relevantes para uma alimentação saudável (ex. ultraprocessados), seu lucro é inflado ao comprar grande parte da matéria-prima (a exemplo do cacau e do açúcar) sem uma remuneração adequada aos produtores. No contexto de construção de mercados, uma forma de mudar o consumo pode ser mudar o comportamento do consumidor. Isso significa estimular práticas mais conscientes e informadas, valorizando atributos como a origem dos produtos, os modos de produção e os impactos sociais e ambientais associados. No entanto, se reconhece que transformar o consumo envolve não apenas mudanças no comportamento do consumidor, mas também a criação de condições que viabilizem essas escolhas. Promover uma alimentação saudável exige facilitar o acesso a esses alimentos, considerando fatores como preço, disponibilidade e proximidade. Protegidos e sustentados pelos nichos socioculturais compartilhados, mercados territorializados e mais inclusivos podem contribuir tanto para práticas de consumo mais conscientes quanto para o fortalecimento de sistemas agroalimentares sustentáveis.

Ao analisar três estudos que apresentam processos de inclusão, Hochedez (2022) procurou reunir tanto o aspecto das coalizões quanto do acesso e consumo a alimentos saudáveis. Sua base empírica são iniciativas de agricultura urbana, realocização de alimentos para populações economicamente vulneráveis e a agricultura de proximidade. A análise destaca a importância da participação como instrumento de transformação de poder para inclusão de populações marginalizadas. Esse empoderamento se expressa em novas formas de governança alimentar, oferecendo bases a uma democracia alimentar (Hochedez; Le Gall, 2016). O aspecto político da questão alimentar não se restringe à tomada de decisão sobre o modelo produtivo ou a políticas de créditos, mas inclui a representatividade dos atores nos processos de governança que definem a organização territorial. Essas são ações operativas de dinâmicas de justiça social, que demandam estratégias políticas e iniciativas sociais em todas as escalas (do Estado ao território). Em suma, para se ter justiça alimentar e garantir acesso equitativo a uma boa alimentação é necessário que o Estado crie condições para que se tenha justiça social e atue para uma redistribuição alimentar. Em paralelo, às iniciativas sociais devem ser mais inclusivas e enfrentar os

efeitos negativos das desigualdades estruturais, sem descuidar de uma mudança profunda do sistema alimentar (Hochedez; Le Gall, 2016).

2.4 ANCORAGEM TERRITORIAL: AS CONTRIBUIÇÕES DOS SISTEMAS ALIMENTARES PARA O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL SUSTENTÁVEL

A justiça alimentar e o desenvolvimento territorial são conceitos que podem ser interligados para embasar estratégias que visam assegurar que todas as pessoas tenham acesso a alimentos nutritivos, culturalmente valorizados e produzidos de forma sustentável. Abordar esses temas de maneira integrada envolve considerar aspectos sociais, econômicos, ambientais e políticos, que influenciam os sistemas alimentares e a construção dos territórios. Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, da Agenda de 2030 apontam que as possibilidades para gerar benefícios públicos exige a transformação dos sistemas alimentares numa perspectiva multiescalar (Caron *et al.*, 2020). Um caminho indicado por Tonneau *et al.* (2017) é a revalorização das instâncias coletivas através das políticas de descentralização do Estado via políticas de territorialização. Essas iniciativas são fundadas em ações coletivas de inclusão de atores do território no processo de gestão, entre as quais estão as organizações da sociedade civil e de produtores agrícolas criadas em diversos países a partir dos anos de 1950. Segundo os autores, as ações coletivas embasam diversas experiências de desenvolvimento territorial, seja no aspecto de gerenciar os recursos hídricos, dominar a qualidade dos produtos e assegurar a presença nos mercados. Nos países da América Latina e Caribe, o enfoque territorial ganha destaque nas políticas de desenvolvimento rural nos anos 2000, tendo como elementos centrais a revalorização do local e de seus ativos territoriais (Peréfan; Schneider, 2019).

No Brasil, na primeira década dos anos 2000, foram implementadas políticas territoriais que permitiram ampliar a participação dos atores sociais no enfrentamento das desigualdades. Destacam-se como políticas territoriais o Programa de Desenvolvimento Sustentável dos Territórios Rurais (Pronat)²³, criado em 2003, e o

²³ O Pronat teve origem na Secretaria de Desenvolvimento Territorial, do Ministério de Desenvolvimento Agrário (MDA), em 2003. Seu objetivo era desenvolver a agricultura familiar, com apoio institucional e financeiro, na elaboração de projetos territoriais coletivos, para melhoria de infraestrutura e serviços. Para mais informações ver Zimmerman *et al.* (2014) e Galvanese (2021).

Programa Territórios da Cidadania (PTC)²⁴, estabelecido em 2008. Essas políticas alcançaram importantes resultados na transformação do rural, em termos de reconhecer identidades, contribuir com a geração de renda, segurança alimentar e nutricional e melhoria nas condições de vida no espaço rural, com desdobramentos no urbano (Sabourin *et al.*, 2022). Essas e outras iniciativas complementaram o Programa Bolsa Família e contribuíram significativamente para redução dos índices de insegurança alimentar, o que resultou na saída do Brasil do Mapa da Fome da Organização das Nações para a Alimentação e a Agricultura (FAO/ONU) em 2014 (FAO, 2014).

Embora as políticas públicas de desenvolvimento rural tenham se apropriado de forma crescente da abordagem territorial, seus resultados não foram homogêneos na totalidade dos territórios rurais brasileiros (Peréfan; Schneider, 2019). As políticas públicas ligadas ao desenvolvimento das regiões interioranas ficaram muito aquém do esperado, especialmente, devido a dificuldades de articulação por parte do poder público, ausência de alguns ministérios e a baixa participação de atores locais interessados. Para Galvanese (2021), o avanço efetivo nas políticas de desenvolvimento passa por mudanças nas trajetórias alternativas, tornando-as capazes de alterar os padrões de desenvolvimento excludentes e ambientalmente predatórios. Para tal, é necessário compreender as diferentes dinâmicas territoriais e como agem as forças de interesse em sua interação com as forças exógenas.

A partir de 2013, as crises econômica e política possibilitaram o retorno dos referenciais neoliberais, o fortalecimento de setores do agronegócio e de sistemas agroalimentares industriais, com mudanças significativas nos indicadores socioeconômicos e alimentares. Entre as políticas territoriais estruturadas nos anos 2011 até 2015, o Pronat passou por um processo de enfraquecimento em razão de restrições orçamentárias, sendo gradualmente reestruturado em articulação com políticas de transferência de renda. Com o impeachment da presidente Dilma Rousseff, em 2016, o Pronat foi descontinuado e o PTC progressivamente enfraquecido. O Governo Temer iniciou o processo de desmonte institucional das políticas territoriais, com mudanças no foco das políticas públicas federais. A partir de

²⁴ O PTC também surgiu como estratégia de desenvolver territórios rurais, de maneira mais unificada, já que inúmeras ações e políticas para esses espaços estavam dispersas em diversos ministérios. O objetivo aqui era voltado para populações mais pobres, com estímulo à participação popular, inclusão produtiva e oferta de serviços básicos de cidadania (Galvanese, 2021)

2017, observou-se uma progressiva desarticulação territorial, levando o PTC a praticamente desaparecer da agenda governamental, tendência que se aprofundou no governo Bolsonaro (2019–2022), que pôs fim, em definitivo, as políticas territoriais.

A situação foi agravada pela pandemia da Covid-19, o que fez o país retornar ao mapa da fome. As discussões desse tema nos espaços institucionais, com destaque para o Consea e o MDA, apontam para a perspectiva de reposicionamento do debate dos sistemas alimentares alternativos e do papel do Estado. Em alguns casos, o fomento a projetos paralelos ao modelo agroalimentar hegemônico passa a ser observados em escala estadual, municipal e territorial, com políticas voltadas para a produção orgânica e agroecológica, para ações de povos tradicionais, construção de mercados e políticas de acesso a alimentos (Sabourin *et al.*, 2022).

Ao realizar um balanço do desenvolvimento rural na América Latina e Caribe, Peréfan e Schneider (2019) apontam a dificuldade de instrumentalizar e operacionalizar a abordagem territorial em uma nova geração de políticas públicas. Essa perspectiva é necessária para que os resultados superem as expectativas de redução da pobreza e das desigualdades, crescimento econômico e conservação dos recursos naturais, fortalecendo os vínculos entre rural e urbano. Apesar dos investimentos ocorridos em infraestrutura e em projetos que permitem a segmentos sociais da agricultura familiar e camponesa ativar seus recursos, as políticas territoriais ainda possuem um formato limitado na concepção de um planejamento territorial (Peréfan; Schneider, 2019). Se não houver o fortalecimento das organizações e instituições territoriais, assegurando participação diversificada e inclusiva, políticas de crédito rural não são suficientes. É preciso que se tenha um enfoque integrado e participativo no planejamento e implementação das políticas territoriais. Em síntese, é necessário que os atores públicos pensem a ação pública de forma articulada, promovendo iniciativas de ativação dos recursos do território na qual as decisões incluam a participação efetiva dos diferentes atores. Adotar práticas de desenvolvimento sustentável que equilibrem o crescimento econômico com a preservação dos recursos naturais e a equidade social é outro desafio que precisa ser coordenado.

Apesar das dificuldades para promover a participação, para Tonneau *et al.* (2017), a abordagem territorial é imprescindível para avançar para com os preceitos do desenvolvimento sustentável. Esse estilo de desenvolvimento é concebido como um campo de ação de diversos fenômenos e pode ser delineado a partir de três

dimensões principais: 1) as políticas territoriais conectam os territórios rurais e urbanos, pautando suas reivindicações locais com ações de ordenamento planejado na escala nacional; 2) tentam articular e integrar diferentes políticas setoriais presentes na escala territorial; e 3) favorecem e acompanham a participação dos agentes locais e demais níveis. O território não deve ser compreendido apenas como uma escala para repensar a ação pública. Ao mesmo tempo que se constrói por proximidades geográficas e que se tornam espaços organizacionais e institucionais, constitui-se como lugar de ativação de recursos, no qual novas iniciativas são construídas, dando sentido ao processo de desenvolvimento. Os territórios devem ser pensados nas suas inter-relações e interdependências, nos quais os fluxos acontecem enquanto se constroem estratégias para o desenvolvimento territorial (Tonneau *et al.*, 2017; Perefán; Schneider, 2019). Reitera-se que tais estratégias não devem ser pautadas exclusivamente por atores governamentais, pois as propostas políticas não garantem resultados positivos se as organizações territoriais não estiverem engajadas em propostas que visem soluções para problemas coletivos. A perenidade e os resultados vão depender de como os conflitos e contradições forem mediados e da qualidade das ações propostas e executadas. Em seu caráter dinâmico, os processos de inovação e criação de novidades são igualmente importantes (Kato; Delgado; Romano, 2022).

A noção de território não se refere apenas a uma questão de escala ou restrito ao nível local. A polissemia da palavra envolve uma diversidade de dimensões, a depender do ramo da disciplina. Na perspectiva de Favareto *et al.* (2015b) e Favareto e Lotta (2022), o território revela-se uma categoria síntese multinível (ao articular fatores endógenos e exógenos), multidimensional (ao integrar natureza e sociedade), e multiatores (ao considerar a atuação de distintas coalizões em sua conformação). Para este trabalho, a proposta conceitual de território se refere aos espaços contínuos, articulados em redes por atores sociais que se mobilizam em identificar e criar estratégias para resolver problemas comuns. Essa formulação tem origem na definição de desenvolvimento territorial proposta por Pecqueur (2005), que destaca a mobilização de atores como resposta adaptativa aos limites externos, fundamentada em uma identificação coletiva com a cultura e o território. Em complemento, a abordagem ou enfoque territorial pressupõe que as ações ou processos ocorrem nos espaços onde as relações sociais acontecem. A utilização do território e da

abordagem territorial se apresentam como ferramenta de estudo para compreender a dinâmica dos atores sociais e do desenvolvimento em um determinado espaço.

Outros dois conceitos que se distinguem são territorialidade e territorialização. O primeiro, conforme Raffestin (1993), expressa o conjunto de relações simbólicas, culturais e identitárias que os atores constroem com o território, manifestando-se em sentimento de pertencimento, de reconhecimento, de vínculo com o local e com as tradições. Já a territorialização refere-se aos processos políticos e sociais por meio dos quais essas relações se materializam, resultando em dinâmicas de apropriação, organização e valorização dos recursos territoriais (Haesbaert, 2004). Esses conceitos serão retomados e aprofundados no capítulo sobre a Cesta de Bens e Serviços Territoriais, sobretudo com base nos recursos que carregam atributos específicos do território em que são produzidos e valorizados.

2.5 RETERRITORIALIZAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DE RESILIÊNCIA NO SISTEMA AGROALIMENTAR

O fato é que políticas alimentares localizadas se desenvolveram em razão do modelo alimentar agroindustrial ser insuficiente para responder à crise multidimensional, a exemplo das desconfianças por parte dos consumidores diante de questões sanitárias vivenciadas ao longo da década de 1990 (Michel; Soulard, 2021). A sucessão de fenômenos preocupantes vem ocorrendo com maior frequência a partir do final do Século XX e impactando parcela significativa da população por problemas de má alimentação (fome e obesidade)²⁵. O aquecimento global e suas consequências (tempestades, inundações, tsunamis, secas) geram milhares de mortes e uma enormidade de refugiados e populações sem acesso a alimentação adequada. Essa constatação ocorre em escala mundial e se agrava em localidades mais vulneráveis e dependentes de alimentos produzidos em outras regiões e países. Outro fator preocupante deste século são as crises sanitárias (doença da “vaca louca”, gripe “aviária” - A-H5N1 e “suína” - A-H1N1, pandemia de COVID-19 - SARS H1N1) direta ou indiretamente ligadas aos sistemas alimentares de criação animal. Essa pode estar

²⁵ A fome e a desnutrição estão associados às desigualdades sociais de acesso à alimentação, de maneira a satisfazer as necessidades nutricionais. Em paralelo, os sistemas alimentares globalizados estão fortemente ligados a um grande quantitativo de alimentos que aumentam os riscos de sobrepeso, obesidade e doenças correlatas (HLPE, 2017).

associada ao confinamento e aos fluxos que facilitam a contaminação e disseminação de doenças, ou a expansão da fronteira agrícola que reduzem a biodiversidade e coloca os seres humanos em contato com novos patógenos. Favarão e Favareto (2021) destacam três “pandemias” atuais com origem no sistema alimentar globalizado: problemas de saúde pelo consumo de massa; a fome e a desnutrição como expressão da falta de alimentos; e a vinculada à questão climática e ambiental.

Entre as maiores preocupações de insegurança alimentar estão os fenômenos meteorológicos e climáticos extremos e o crescimento demográfico acompanhado de uma forte dinâmica de urbanização (Valette *et al.*, 2017; Lulovicova, 2024; Favareto; Berdegué, 2018). Uma abordagem produtiva territorial tem que enfrentar ainda uma série de questões de ordem sanitária, de saúde pública, ambiental, financeira e social. A crise sanitária, evidenciada pela pandemia de Covid-19, revela os limites do sistema agroalimentar industrial para garantir acesso à alimentação, indicando que o enfrentamento da precariedade alimentar passa pelo desenvolvimento de ações de abastecimento territorial. Além da fragilidade logística das longas cadeias produtivas, a pandemia agravou o problema de acesso equitativo a uma alimentação saudável e diversificada. O fechamento das fronteiras e a falta de mão de obra em períodos sazonais de colheita ou plantio reforçaram o caráter estratégico de debater a realocação da produção agrícola alimentar, convertendo-o em desafio político para as coletividades territoriais (Michel; Soulard, 2021).

As principais razões para a consolidação da abordagem territorial são o surgimento de novas dinâmicas espaciais e a promoção do desenvolvimento por meio da descentralização de políticas e da atividade industrial (Favareto, 2010). Seu diferencial consiste em conferir centralidade ao processo de ação coletiva de atores, que buscam se diferenciar e construir estratégias inclusivas por meio de recursos próprios do território. Medeiros *et al.* (2020) destaca que os atores locais transformam os sistemas sociotécnicos, criando complexos e diversos estilos de agricultura. Essas ações são novidades sociotécnicas que se diferenciam da inovação exógena, homogênea e globalizada dos padrões produtivistas e econômicos. A reflexão dos autores aponta como princípios centrais a busca de conexão com a natureza e com a identidade cultural dos atores locais. O conhecimento dos atores sociais é mobilizado e ganha sentido no contexto ambiental, socioeconômico, cultural e institucional que estão inseridos. As práticas são concebidas a partir dos recursos internos e das relações sociais construídas, mobilizados pelos atores para promover a renda e a

sustentabilidade das novidades. Essa territorialização do que se cria e da maneira como se cria tem por base ações coletivas que buscam resolver problemas comuns. As novidades promovem transformações locais, podendo inspirar ou ter reflexos em escalas macro, contribuindo com processos de desenvolvimento (Medeiros *et al.*, 2020).

Em confluência com a criação de novidades, o conceito de ancoragem territorial procura enfatizar o papel das ações e das aprendizagens coletivas na compreensão das relações entre produtos alimentares e elementos patrimoniais que constituem o território, visando o fortalecimento do tecido social, ações de solidariedade, de ressignificação das tradições e de sentimento de pertencimento (Cañada; Muchnik, 2011; Kato; Delgado; Romano, 2022). Os sistemas alimentares territoriais são construídos por sinergias entre atividades econômicas (produção, transformação e comercialização), culturais (culinária, saber-fazer), recreativos (festas tradicionais, eventos típicos, turismo rural) que estão ancorados em um território específico, sob o ponto de vista material e simbólico. Como elementos que constituem bases de uma diferenciação do patrimônio alimentar local (criação de novidades) aparecem o saber-fazer, técnicas tradicionais, redes sociais, tradição e cultura alimentar, variedades vegetais e raças de animais em paisagens singulares, os quais podem ser convertidos em ativos específicos que contribuem para a criação de capital territorial (Muchnik, 2010; Cañada; Muchnik, 2011).

Ao longo da história, alguns produtos alimentares foram sendo incorporados, adaptados e viabilizados por um saber-fazer que promoveu a sua realocação. Alguns alimentos foram levados de seu centro de origem para outros territórios, nos quais o desenvolvimento de técnicas e conhecimento permitiram ampliar a produção e garantir qualidades aos produtos. Como exemplo, pode-se citar a maçã produzida no território da Serra Catarinense. A fruta de origem da Ásia Ocidental se adaptou ao clima frio da região serrana catarinense, que se tornou o principal produtor do Brasil, sendo que a centralidade da cultivar Fuji foi mobilizada para conquistar um selo de indicação geográfica.

A reterritorialização da alimentação exige considerar uma perspectiva de transição para um sistema alimentar mais sustentável (Michel; Soulard, 2021; Mundler; Boulianne, 2022; Lulovicova, 2024) que é parte da trajetória histórica de SIAL (Rastoin, 2016). A noção de reterritorialização aporta como elementos principais: referências de tradição; relações de confiança entre as partes interessadas; objetivos

de segurança e justiça social associadas às relações e articulações rurais/urbanas e Estado; abordagens participativas; e preocupações ambientais; tendo o capital social como base para alcançar a sustentabilidade alimentar (Grisa *et al.*, 2021; Mundler; Boulianne, 2022). Nessa perspectiva, a reterritorialização é mais um caminho para favorecer o desenvolvimento de uma agricultura e uma alimentação sustentável e resiliente, que pode resultar em experiências territorializadas de sistema alimentar e oportunidades para os atores territoriais terem em mãos o controle de sua alimentação (Lulovicova, 2024). Essa pode ser alavancada pela institucionalização de políticas públicas, como vem sendo proposto na França, por meio dos Projetos Alimentares Territoriais (PAT)²⁶ (Michel; Soulard, 2021; Lulovicova, 2024). Em duas localidades no território de Ardèche, na França, tem-se observado que a aplicação do PAT contribui para uma mudança acentuada no comportamento dos cidadãos em relação às suas práticas de consumo. Entre essas destaca-se uma crescente oferta de produtos locais em estabelecimentos comerciais e uma interação entre agricultores e consumidores, que ofertam seus produtos a preços acessíveis (Lamine *et al.*, 2022).

Em sentido oposto, o conceito de desterritorialização²⁷ diz respeito a fatores (econômicos, ambientais, demográficos, tecnológicos, sociais, políticos etc.) que, em algum grau, enfraquecem as possibilidades de uma construção territorial (Kato; Delgado; Romano, 2022). Como uma construção social complexa e dinâmica, a territorialização e a desterritorialização quase sempre ocorrem de maneira simultânea, considerando que há conflitos e interesses entre os diversos atores envolvidos. Em

²⁶ Os Projetos Alimentares Territoriais (PAT) são projetos de subvenções públicas, conduzidos principalmente por coletividades territoriais (municípios, parques nacionais ou regionais, departamentos, regiões etc). O principal objetivo é aproximar os atores da cadeia alimentar, restituir importância à economia alimentar local e sustentável e estruturar os circuitos curtos. Para tanto, “é fornecido um quadro estratégico e operacional para iniciativas territoriais agroalimentares que abordam questões ambientais, socioeconômicas e de saúde (Ministério da Agricultura, 2017). São vistos como instrumentos de canalização das energias de reterritorialização e sustentabilidade dos sistemas alimentares dos territórios, bem como de uma demonstração da vontade política territorial de pôr em prática uma estratégia alimentar sustentável” (Lulovicova, 2024 p. 38).

²⁷ A desterritorialização é o processo de desconexão entre produção e consumo, de maneira que esses elos são alterados segundo uma dinâmica global, que foge ao controle dos atores locais, compromete a autonomia das comunidades locais e enfraquece os vínculos culturais, econômicos e sociais entre agricultores e consumidores do território. Apesar dos atores poderem construir territórios de relações para resolver gargalos nesses sistemas desterritorializados, grande parte da dinâmica foge ao seu controle, sendo ditado por estruturas externas ao território. Destaca-se que a superação de relações tradicionais assimétricas está na base do conceito de desenvolvimento, expressa na capacidade do indivíduo de se desenvolver de amarras de opressão presentes no contexto em que está inserido. Contudo, o que se observa é que essa desconexão pode ter duas dimensões: a) de expansão das liberdades, quando supera opressões; e b) de destruição do tecido social que garantia o enfrentamento de adversidades.

estudo realizado por Kato *et al.* (2022), no território nordestino da Borborema, foi possível perceber ações de territorialização na busca por viabilizar projetos comuns e de identidade territorial com fomento à agricultura familiar ecológica. Em paralelo, foram identificadas ações de desterritorialização que passam pelos efeitos da escassez hídrica severa e por dinâmicas de exclusão social, como os limites à participação de jovens e mulheres, desmonte de políticas públicas para a agricultura familiar, aumento da proporção de estabelecimentos patronais e concorrência pelo aumento do número de supermercados no território. Enquanto o sistema alimentar global evidencia cada vez mais suas limitações, a territorialização passa pela necessidade de se reinventar. No horizonte, ganha espaço os processos de construção de novidades e a busca por alternativas para avançar em projetos de desenvolvimento territorial sustentável. Este pode ser o momento para fortalecer as ações territoriais com estratégias de resistência, que mobilizam questões ambientais, econômicas e de saúde através da comunicação, fortalecendo a importância dos alimentos saudáveis e da identidade territorial.

2.6 DISPUTAS DE PODER E A COEXISTÊNCIA DE MODELOS ALIMENTARES: DESAFIOS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Os processos de territorialização e desterritorialização também ocorrem sob a perspectiva da coexistência de modelos alimentares diferenciados. Como mencionado ao longo do texto, o modelo alimentar produtivista hegemônico tem diversas externalidades negativas. Com diferenças espaciais e temporais, nos anos de 1960 e 1970, o projeto de modernização ganhou importância em muitos países e se consolidou em muitas regiões. De maneiras e por razões distintas, esse contou com o papel central do Estado na sua implementação e condução (Ploeg, 2006). A modernização tecnológica viabilizou o aumento de produção, criou um amplo e diverso processo de mercantilização e liberou mão de obra antes absorvida na agricultura. Contudo, dada a diversidade entre países, territórios e atores, a transformação do modo de produção camponês foi desigual, persistindo agricultores que mantêm muitas práticas tradicionais (Ploeg, 2006). Essa mescla de atividades tradicionais e tecnológicas é a base do conceito de agricultura familiar moderna, na qual o agricultor articula o tradicional e o moderno com vistas a ampliar a autonomia e suas possibilidades de escolha (Lamarche, 1998). O resgate de formas tradicionais

também aparece em resposta às contradições da intensificação mais expressiva, como no caso europeu, em que estratégias de recampesinização são mobilizadas para lidar com as inconstâncias dos mercados (Ploeg, 2006).

O modelo agroindustrial enfrenta dificuldades para melhorar os indicadores socioambientais de localidades na qual a economia é historicamente dependente da produção agrícola intensiva. Apesar de alguns avanços em regiões de agricultura familiar, o caso é mais grave quando a estrutura produtiva é baseada em grandes unidades produtivas que promovem um desenvolvimento agrícola intensivo, sobretudo, de *commodities* voltadas para exportação. Mesmo quando os setores de transformação e comércio conseguem agregar valor, criando oportunidades econômicas em outros elos, esse nem sempre é capaz de alterar os indicadores sociais e reduzir as desigualdades. Ao analisar o desempenho econômico de regiões brasileiras cuja economia é baseada no agronegócio, De Oliveira e Rodrigues (2020) demonstram a vulnerabilidade associada à reduzida participação do urbano no contexto econômico. No rural, a dificuldade de se desenvolver se dá pela falta de oportunidades de emprego e renda. Além do avanço do setor agropecuário em áreas de florestas, com uso intensivo de tecnologia e insumos externos, a tecnificação e os ganhos econômicos são apropriados de forma desigual em favor dos proprietários. Diante das leis que isentam de impostos insumos e a exportação de *commodities*, vários estados federados brasileiros que têm sua economia dependente do agronegócio enfrentam sérias dificuldades. Enquanto o Produto Interno Bruto (PIB) se eleva com a exportação, a concentração de renda e a baixa arrecadação de impostos não reverte os dados econômicos em saúde, educação e bem-estar para a sociedade. A possibilidade de promover atividades diversificadas tanto no rural quanto no urbano, no comércio e serviço, é uma alternativa para inserir a população do território e alcançar algum progresso.

No caso do Brasil e de outros países da América Latina, o início do Século XXI é marcado por mudanças no quadro político, com as eleições de governos que criaram programas voltados para a agricultura familiar e combate à pobreza e à fome. Em paralelo, a maior parte dos recursos públicos continuou direcionado à industrialização fundamentada em novas tecnologias, com pequeno efeito sobre a criação de empregos e no tratamento das falhas do modelo exportador e dependente das *commodities*. O crescimento da produção de soja na América Latina (Argentina, Bolívia, Paraguai, Brasil e Uruguai) é um exemplo que vem se consolidando como a

principal atividade de produção agrícola, no que se refere a área cultivada, a partir de 2010 (Eloy; Wesz; Bühler, 2022). Ao ganhar poder econômico e político, os agentes do agronegócio passam a disputar o Estado, influenciando nas pautas ambientais, trabalhistas, fundiárias e alimentares (Eloy; Wesz; Bühler, 2022).

No Brasil, a dinâmica de introduzir e ampliar a produção da soja nos territórios tem forte impacto sobre a produção local de alimentos, pois muito produtores arrendam ou vendem suas terras para produção da soja ou passam a produzi-la, pois veem na cultura uma possibilidade de gerar uma renda maior. Ressalta-se que a soja brasileira é comercializada em sua maior parte em grão, farelo e óleo e destinada principalmente ao mercado externo, com baixa agregação de valor. Além do impacto alimentar, há o ambiental, com redução da biodiversidade e demais recursos naturais, e o social, com a expulsão de alguns produtores rurais e a especulação internacional sobre o território nacional. Para os que resistem em suas unidades produtivas, a desigualdade social torna desafiador o acesso aos recursos locais e à informação. Similar à soja, outras monoculturas presentes no cenário nacional entram em conflito com as produções locais, provocando impactos ambientais e sociais negativos. A exemplo da produção da cana-de-açúcar e de reflorestamentos de pinus e eucalipto, com redução das áreas produtoras de alimentos, da biodiversidade local e impactos socioambientais, que poderiam ser mitigados pela adoção de práticas de manejo sustentáveis, sem comprometer o bem-estar das comunidades locais.

Entre os anos de 2003 e 2016, o Estado brasileiro procurou estimular tanto os sistemas convencionais quanto os alternativos. Porém, à medida que a agenda social foi registrando desempenho positivo, essa gradativamente foi perdendo força. Mesmo os projetos políticos voltados às comunidades tradicionais, à valorização da produção orgânica e à preservação da biodiversidade (resultado da pressão internacional) não foram suficientes para um balanço positivo na relação sociedade e natureza. Esse contexto tem muito a ensinar, pois revela que o modelo econômico produz riquezas enquanto aprofunda as desigualdades sociais e as crises ambientais (Favareto, 2019). Ao evidenciar seu caráter contraditório, demonstra-se a necessidade de buscar novas narrativas de desenvolvimento, para gerar bem-estar mais duradouro e eficiente. Apesar de sistemas conduzidos com bases “alternativas” terem capacidades de cumprir diferentes funções sociais, tanto para os indivíduos quanto à sociedade, não se vislumbra a possibilidade de substituição do sistema hegemônico – ao menos no curto prazo.

A coexistência do modelo agroindustrial e de expressões alternativas tem sido verificada por diversos pesquisadores (Fournier; Touzard, 2014; Rastoin, 2016; Ploeg, 2021; Mundler; Boulianne, 2022; Sabourin *et al.*, 2022) e ocorre em diferentes formas e graus, desde oposições claras a diferentes formas de hibridação (Favarão; Favareto, 2021; Gasselin *et al.*, 2021a). Essas interações envolvem “práticas de produção, os tipos de consumo, as formas de distribuição e acesso que podem se sustentar em diferentes estilos de coabitação, complementaridade, sinergias, coevolução, hibridizações, confrontos, competição, marginalização ou exclusão” (Favarão; Favareto, 2021). A sua expressão é diversa, na medida que depende dos recursos e atores em um caráter dinâmico, envolvendo todos os setores que compõem o território. Contudo, Ploeg (2021) chama a atenção para o fato que o consenso aparente da coexistência tende a mascarar tensões que estão sujeitas a relações de poder e de concorrência. Essa se expressa no acesso desigual a políticas públicas que favorecem os produtos padronizados e globalizados, enquanto seus atores promovem desinformação e confusão aos consumidores, quando se apropriam de imagens e atributos que refletem expectativas éticas e sociais (Ploeg; 2021).

Para Caron *et al.* (2020), a coexistência vem acompanhada da necessidade de planejar ações multisetoriais nas questões ambientais, sociais e de saúde. A coexistência dos modelos agrícolas e alimentares deve apresentar condições favoráveis ao desenvolvimento sustentável nos territórios, sobretudo, numa perspectiva resiliente, com objetivos ecológicos e de acesso a alimentos de qualidade. Para tanto, Caron, Daguet e Dury (2023) apontam que a resiliência é necessária para contribuir na transformação dos sistemas alimentares, sendo uma característica emergente da transformação dos sistemas alimentares do passado, permitindo enfrentar novos desafios e promover mudanças no futuro. Mais do que a dualidade entre os sistemas alimentares, é possível que os modelos alternativos evidenciem necessidades e concebam instrumentos para orientar mudanças qualitativas no modelo hegemônico. Os autores também reforçam a necessidade de identificar e explicitar obstáculos e desacordos, a fim de superá-los e enfrentar preocupações relacionadas à sustentabilidade (Caron; Daguet; Dury, 2023).

O fato é que os sistemas agroalimentares praticados por parte dos agricultores familiares, empresas artesanais, de maneira agroecológica, artesanal ou tradicional coexistem com as práticas agrícolas convencionais dos sistemas intensivos, industriais e de grandes corporações, em grande parte dos territórios. Para Sabourin

et al. (2022), reconhecer essa condição permite analisar suas interações e seus efeitos, seja positivo ou negativo em determinadas escalas. No Brasil, por exemplo, os desafios passam por problemas históricos de concentração de terras, com degradação da biodiversidade e dos recursos naturais, sendo que o sistema alimentar hegemônico agrava a insegurança alimentar e nutricional e os conflitos com populações tradicionais. Outra tensão entre os sistemas agropecuários passa pela especialização produtiva, que avança sobre produções locais, promovendo um contexto de incertezas. Uma terceira razão de conflito refere-se à disputa de poder por parte de empresas de alimentação industrializada. A intensa urbanização e a massificação de alimentos processados e ultraprocessados estão entre as principais causas de obesidade, problemas crônicos de saúde e má nutrição. Neste sentido, Maluf (2021) ultrapassa a visão meramente produtiva ao compreender o território como um espaço de disputa, onde os hábitos de consumo também são construídos socialmente. Assim, as formas de apropriação e acesso aos alimentos refletem a coexistência de diferentes sistemas alimentares, inseridos em dinâmicas complexas marcadas por conflitos, negociações e estratégias de diversos atores sociais.

2.7 CONFRONTOS E COMPLEMENTARIDADES NA CONSTRUÇÃO TERRITORIAL DOS SISTEMAS ALIMENTARES

Para além de uma concorrência por preços entre os modelos baseados em pequena e grande escala, Ploeg (2021) destaca uma “nova” coexistência enfrentada atualmente e relacionada à coexistência de modelos sócio-produtivos. Trata-se de um grau de concorrência que se manifesta na disputa pelos recursos e por apropriação de sentidos e conceitos, a exemplo das expressões “sustentável”, “natural” e “saúdável”, que se materializa na construção dos mercados. As contradições entre eles se traduzem em alto grau de concorrência e até mesmo de exclusão mútua. O autor destaca ainda a necessidade de identificar novas coexistências, pois o processo de transição pode ser controverso. Um caminho possível para atuar no contexto de coexistência ou confrontação dos diferentes modelos agrícolas e alimentares pode estar na dimensão da diversificação e especialização, na inovação, na adaptação e na transição, para que seja possível atuar sobre combinações relevantes para promover o desenvolvimento territorial sustentável (Ploeg, 2021; Gasselin *et al.*, 2021b). Mais especificamente, a análise deve se orientar pela identificação da

natureza das interações, bem como seus atores e objetivos, na medida que tais elementos contribuem para identificar e caracterizar cada situação de coexistência (Gasselin *et al.*, 2021b).

Segundo Gasselin *et al.* (2021a), há diferenças importantes entre países no que diz respeito à coexistência e ao confronto de modelos agrícolas alimentares. No Brasil, por exemplo, os desafios para o desenvolvimento estão estruturados de forma mais polarizada, evidenciando a confrontação de sistemas distintos: de um lado a agricultura familiar com atuação mais local, vínculos com a economia solidária e apoio de políticas públicas específicas; de outro a agricultura industrial vinculada ao agronegócio, caracterizada pelo uso intensivo de tecnologias e capital e fortemente integrada aos mercados globais. Já na França, conforme apontam os autores, as transições e modelos agrícolas são mais graduais e menos dicotômicos. A produção, a inovação e a regulação refletem uma história agrícola mais homogênea e atuação de instituições que promovem maior convergência entre práticas. Nessa perspectiva, a coexistência de modelos se dá de forma mais integrada e com tensões menos acentuadas, influenciada por políticas públicas e debates como soberania alimentar e mudanças climáticas, enquanto no Brasil, essas pautas ainda enfrentam maior resistência ou permanecem restritas a nichos. Portanto, as situações de coexistência não se dão sobre as mesmas perspectivas e, por isso, as abordagens para o desenvolvimento são construídas a partir de diferentes desafios. Contudo, diferentemente de analisar os modelos agrícolas e alimentares enquanto dois extremos opostos, deve-se considerar que há diferentes graus e hibridações que podem se confrontar ou se complementar. Para tanto, a perspectiva de análise deve identificar as ações mediadas que aproximam os modelos de forma complementar, criando condições para uma transição orientada ao desenvolvimento territorial sustentável.

Neste sentido, as crises emergentes trazem novas necessidades de mudanças nos padrões dos sistemas alimentares, da produção ao consumo, junto ao antigo desafio de se tornar social e economicamente mais inclusivo. A partir dos territórios rurais latino-americanos, Favareto (2019) aponta algumas possibilidades para ampliar a sustentabilidade dos sistemas agroalimentares, com mudanças que passam por vários domínios: 1) ambos sistemas, sobretudo os das grandes corporações, precisam produzir com menor custo ambiental, com práticas sustentáveis e critérios socioambientais; 2) é importante valorizar outros serviços dos espaços rurais, pois a

agricultura vem sofrendo redução da ocupação de mão-de-obra, sendo que o Estado pode ser o ator principal para contribuir com esse novo padrão; 3) a regulação do uso da terra, com estabelecimento de limites sendo fortalecida pelas ações do Estado, mas também por setores nacionais e internacionais; 4) a pluriatividade, que possibilita a diversificação das economias dos territórios e que conecta urbano e rural, favorece a inovação e que pode conquistar políticas de inclusão produtiva, com novas atividades geradoras de trabalho e renda; e 5) desenvolver uma clara coalizão de grupos sociais distintos, que sustentem a transição como uma agenda que promova mudança e se mantenha com o tempo (Favareto, 2019).

Entre os desafios dos sistemas alimentares estão a garantia da segurança e soberania alimentar e nutricional, contribuir com a redução das desigualdades, regenerar os ecossistemas e mitigar as mudanças climáticas. Para compatibilizar essas necessidades com o desenvolvimento, Caron *et al.* (2020) sugerem o alinhamento com os ODS, seguindo um caminho cujo destino promova resultados nos aspectos sociais, ambientais e de saúde. Para a transformação dos sistemas alimentares, os autores indicam quatro dimensões interdependentes e multisetoriais: padrões de consumo e protagonismo dos consumidores; funções e demandas da agricultura; mitigação das mudanças climáticas; e adaptação aos territórios.

A primeira dimensão está relacionada aos padrões saudáveis e sustentáveis de consumo alimentar. Não se trata apenas de pensar o abastecimento para uma população crescente, mas diz respeito à qualidade dos alimentos consumidos, da qual o modo de produção e a qualidade do que se produz têm grande influência sobre a redução de problemas nutricionais e de saúde (Caron *et al.*, 2020). Pode-se associar a essa primeira dimensão a questão da atitude do consumidor na elegibilidade dos produtos a serem consumidos, na qual suas escolhas podem contribuir com a mudança da organização produtiva. É possível observar que a conjuntura do modelo globalizado carrega preocupações sanitárias, nutricionais e socioambientais por uma parcela de consumidores, o que torna o sistema alimentar muito poroso em relação a tais pressões. Apesar da diversidade de preferências e necessidades, o consumo não é regulado unicamente pela oferta e demanda de alimentos, na medida que envolve aspectos de reputação e valores (Favarão e Favareto, 2021; Lamine, 2022, Wilkinson, 2023). O caso dos alimentos transgênicos é emblemático e as dúvidas sobre questões de produção, ambientais, saúde, tradições e justiça mobilizou diferentes grupos no rural e urbano, resultando em políticas que limitaram seu uso e na implementação de

medidas restritivas pelo varejo, especialmente, na União Europeia (Wilkinson, 2023). A escolha dos consumidores vem se expressando na valorização dos alimentos territoriais, comercializados em mercados próximos e que carregam tanto os aspectos da conexão com o local quanto da confiança estabelecida entre produtor e consumidor.

A segunda dimensão aborda especificamente os sistemas alimentares sustentáveis e inclusivos, que tratam das múltiplas funções e demandas da alimentação e da agricultura. Sua abordagem inclui os desafios de promover uma agricultura mais eficiente, conciliando com a preservação cultural e garantia da biodiversidade e a integridade dos ecossistemas, sobretudo, a adaptação e mitigação às mudanças do clima. De forma não menos importante, deve ser desenvolvida para gerar mais emprego e estimular a subsistência.

O terceiro elemento foca na mitigação das mudanças climáticas, tema central na Agenda de 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, no Acordo de Paris de 2015 e na Conferência do Clima em Glasgow em 2021. Segundo o IPES FOOD (2023), o sistema alimentar convencional e globalizado, apesar de ser fortemente afetado pelas mudanças climáticas, é também responsável pelo seu avanço. Nas palavras de Favarão e Favareto (2021), o padrão dominante de produção causa impactos socioambientais, dos quais os fatores naturais resultantes incidem ativamente sobre a ação humana e as tomadas de decisão. O sistema alimentar é responsável por um terço (1/3) da emissão dos gases de efeito estufa, dos quais 13% são provenientes da agricultura e produção animal, 11% das mudanças de uso da terra e 10% do transporte, processamento, embalagem, distribuição e desperdício de alimentos (IPES FOOD, 2023). O aumento do efeito estufa provoca alterações nas temperaturas e nos ciclos hidrológicos, que acabam por afetar as produções de alimentos.

Por fim, a quarta dimensão se refere ao escopo dos territórios rurais, nos quais os modelos agrícolas devem ser adaptados. Ressalta-se também as instituições e organizações territoriais que devem se fazer atuantes para que o bem-estar das pessoas possa ser alcançado. A capacidade das instituições e do capital social dos territórios para construir uma mudança nos sistemas alimentares, bem como fomentar igualdade de oportunidades e promover atividades significativas de desenvolvimento nos espaços rurais e urbanos, permitindo o estabelecimento de confiança, autonomia e resiliência frente à mudança climática.

As quatro dimensões abordadas de forma integradas dependem de ações planejadas, organizadas, implementadas e monitoradas, observando os resultados sobre as questões ambientais, de segurança alimentar e nutricional e de justiça social (Caron *et al.*, 2020). Neste sentido o território é uma dimensão estratégica, pois são construídos a partir de uma visão e trajetória compartilhada por diferentes atores e grupos sociais rurais e urbanos, capazes de construir governança e relações com os sistemas naturais dos quais eles dependem. Outro elemento é que a sustentabilidade passa pelo uso dos recursos naturais compatível com a diversidade de condições ambientais, tema em que os atores territoriais desempenham um papel central na mediação entre os usos, conflitos de interesse, busca de soluções e construção de inovações.

A construção de sistemas alimentares sustentáveis é desafiadora, porém as questões alimentares devem ser o centro da estratégia do desenvolvimento, para que as mudanças das condições sociais, econômicas, ambientais e políticas sejam igualmente reestruturadas (Grisa; Porto, 2023). Em síntese, Gasselin *et al.* (2021a) reforça a importância de observar as heterogeneidades técnicas, ambientais e sociais promovidas pelos sistemas alimentares. Nesse campo, os autores ressaltam que faltam análises que contemplem a interface e as interações entre as formas de agricultura e de alimentação sobre os quais novos desafios podem ser postos. Essas contribuições apontam para a possibilidade que se deseja construir com a tese, ao analisar as agroindústrias familiares que processam recursos territoriais. Interessa saber como as relações territoriais são construídas, o planejamento e desenvolvimento de projetos comuns, a construção de mercados, a valorização e acesso a recursos do território pela população local e, por fim, como essas iniciativas constroem um caminho para o desenvolvimento territorial sustentável.

2.8 CONSIDERAÇÃO FINAIS DO CAPÍTULO 2

A proposta de introduzir a abordagem dos sistemas agroalimentares para a promoção do desenvolvimento sustentável passa por reconhecer a complexidade das interações entre produção, distribuição, consumo e os impactos sociais, ambientais e econômicos dessas dinâmicas. Trata-se de ir além da lógica produtiva, valorizando relações de proximidade, segurança e soberania alimentar, além de práticas que favoreçam a inclusão social e a equidade.

Ao considerar que as forças homogeneizadoras externas são confrontadas com a reação dos atores de cada contexto, surgem diferentes perspectivas de sistemas alimentares mais territorializados e sustentáveis. Essas formas de produção valorizam particularidades sociais, culturais, econômicas e ambientais, as quais vêm sendo construídas ao longo dos anos a partir de experiências concretas em diversos territórios. Tais formas alternativas de produção, circulação e consumo de alimentos desafiam os modelos convencionais, padronizados e hegemônicos dos sistemas agroalimentares globais. Esses se assentam no entendimento de que a alimentação é um ato social mais complexo do que se nutrir, valorizando a cultura e os laços sociais. Assim, muitos produtores conseguem se viabilizar ao contornar uma orientação economicista do menor custo, valorizando diferenças de qualidade desejadas pelos consumidores. Em comum, as abordagens alternativas valorizam a diversidade, a participação ativa dos atores locais e a construção de vínculos mais estreitos entre campo e cidade.

Nesse contexto, a noção de território é mobilizada como categoria central para compreender as ações e processos que ocorrem nos espaços onde as relações sociais e as identidades são construídas. O desafio de construir sistemas alimentares mais sustentáveis e inclusivos encontra no território uma dimensão estratégica fundamental para o desenvolvimento. Nessa dinâmica, não há caminho único, mas uma multiplicidade de formas de produção, que podem ser hibridizadas nas diferentes estratégias construídas pelos atores. Em síntese, apesar da possibilidade de coexistência com o sistema industrial, os atores se expressam com vistas a contemplar as novas demandas sociais em relação aos sistemas agroalimentares.

Compreender os sistemas alimentares implica não apenas rastrear a origem dos alimentos e seu manejo produtivo até o consumo, mas também analisar as interações entre os modos de produzir e se alimentar. Essas interações revelam conflitos, tensões e possibilidades, sobre os quais novos desafios éticos, políticos e socioambientais se colocam, exigindo abordagens que integrem escala local e global, tradição e inovação, e que fortaleçam a resiliência e a justiça nos territórios.

3 OS MERCADOS COMO CONSTRUÇÕES SOCIAIS: ARTICULAÇÃO DAS DIMENSÕES SOCIOCULTURAIS E ECONÔMICAS DE PRODUTOS E SERVIÇOS TERRITORIAIS

Os processos de mundialização e globalização da economia abriram espaço no sistema alimentar para a atuação de grupos econômicos que privilegiam critérios de eficiência e padronização. Na medida que ganharam escala, esses atores globais passaram a desempenhar papel central na estruturação de diferentes elos das cadeias produtivas, moldando as dinâmicas de produção, distribuição e consumo de alimentos. Essa centralização de poder lhes confere a possibilidade de uniformizar práticas e estratégias, priorizando a maximização de lucros em detrimento da diversidade produtiva e das especificidades territoriais.

A priorização econômica desse modelo apresenta caráter excludente, em diversos aspectos. De um lado, consumidores têm sua alimentação empobrecida pela baixa variedade de alimentos, com predomínio de processados e ultraprocessados, atendendo sua demanda com produtos desconectados das práticas alimentares territoriais. De outro, muitos agricultores familiares não possuem recursos exigidos para estruturar a base produtiva alinhada à lógica das cadeias de *commodities*. Nesse contexto, encontram-se à margem desse sistema padronizado, que privilegia grandes *players* e economias de escala. Em paralelo, dinâmicas territoriais são construídas pelos atores em busca de alternativas promissoras, oferecendo oportunidades para fortalecer aspectos produtivos, organizativos e informacionais. Essas dinâmicas têm maior probabilidade de êxito quando valorizam a diversidade e as especificidades territoriais e podem promover soluções mais inclusivas e adaptadas às realidades regionais.

Uma das formas de integração das cadeias produtivas com a sociedade se dá nos espaços de transação econômica, sendo que os mercados desempenham papel estratégico ao conectar os diferentes agentes envolvidos na produção, transformação, distribuição e consumo de bens e serviços. No mercado global predominam transações orientadas por padrões de qualidade, preços e prazos que fogem ao controle dos agricultores, em especial os familiares, reforçando assimetrias de poder entre as grandes empresas e os pequenos produtores. Já nos mercados territoriais, as especificidades e redes sociais se tornam elementos estratégicos para a valorização de produtos e serviços. Enquanto, no passado, a força desses laços era

vista como entrave para criação de liberdades, atualmente, diversos atores territoriais as têm mobilizado para criação de novas oportunidades econômicas. Assim, os mercados territoriais podem ser construídos e transformados em arenas de inovação e resistência, que integram lógicas de competitividade com a preservação de práticas e valores tradicionais, construindo relações e sendo capazes de gerar impactos significativos tanto para pequenos produtores quanto para os consumidores finais (Ribeiro; Capellesso; Cazella, 2024).

Nesse contexto, a primeira seção deste capítulo analisa os regimes alimentares²⁸ enquanto uma abordagem que contribui para a compreensão do contexto histórico de transformações dos sistemas alimentares, bem como das formas de distribuição e de consumo. Essa perspectiva concentra-se nas relações de poder e nas mudanças que moldam as estruturas alimentares globais.

A segunda seção procura demonstrar como o regime alimentar hegemônico atual é excludente e concentrador, gerando oferta que passa a ser questionada em diferentes dimensões da alimentação. Esse regime coexiste, no entanto, com outras formas de oferta alimentar, as quais geram desafios, mas também oportunidades para distintos segmentos sociais da agricultura familiar.

Na terceira seção, resgata-se a abordagem pioneira de Polanyi (2000²⁹) sobre como a lógica capitalista penetrou e mercantilizou a agricultura, transformando os sistemas alimentares. Procura-se evidenciar como o mercado se consolidou como uma estrutura institucional dominante, submetendo tanto as relações sociais quanto o ambiente natural às suas regras.

A quarta seção aborda a influência das teorias econômicas na compreensão sobre o comportamento dos atores sociais envolvidos na compra e venda de produtos agroalimentares. Na seção seguinte discute-se os conceitos de imersão e de construção social dos mercados, revelando a importância das interações sociais³⁰ na

²⁸ Enquanto no capítulo anterior a análise abordou os sistemas alimentares como algo diverso, a abordagem dos regimes alimentares permite observar as transformações históricas do modelo hegemônico durante o tempo, demonstrando as mudanças nos padrões e regras que orientam o atendimento dessa necessidade humana.

²⁹ A obra original de Polanyi foi publicada pela primeira vez em 1944, muito antes, portanto, do aprofundamento das mudanças nos regimes alimentares, quando o autor estudava os impactos do livre mercado.

³⁰ As dimensões das interações sociais referem-se aos aspectos culturais, religiosos, familiares ou baseadas em outras afinidades, que influenciam a forma como as pessoas se relacionam e trocam bens, serviços ou ideias. Essas dimensões criam laços de confiança, reciprocidade ou entendimento mútuo, que são fundamentais para a formação de redes sociais e econômicas.

criação de novos espaços de troca. Mobiliza-se o conceito de “mercados imersos” para evidenciar as relações sociais e a dimensão territorial que podem ser impulsionadas pelos atores como elementos distintivos em ações de desenvolvimento.

A sexta parte discute os novos mercados à luz da “reespacialização” dos alimentos nas ações dos agricultores familiares. Estudos recentes sobre o tema (Wilkinson, 2002; 2008; Schneider, 2016; Schneider *et al.*, 2012; 2017; 2022) são mobilizados para demonstrar como a circulação de mercadorias ganha importância na análise dos regimes alimentares e nas dinâmicas de funcionamento dos mercados.

Na penúltima seção, com base na teoria dos mercados alimentares, são abordados os fundamentos da construção dos mercados e a sua distinção segundo a tipologia proposta por Schneider (2016). Como o universo empírico desta tese são iniciativas que fogem à dinâmica dos impérios alimentares, a ênfase recai sobre os mercados de proximidade e locais/territoriais³¹.

Por fim, na última seção são discutidas como as relações entre produtor e consumidor são construídas, sendo os mercados territoriais uma forma institucional importante para essa conexão. Entende-se que as agroindústrias familiares, universo empírico desta tese, representam uma das estruturas que operam nesse espaço, ao valorizar seus diferenciais em mercados imersos, os quais permitem assentar nas relações sociais a “virada para a qualidade”, ilustrando uma nova perspectiva sobre o desenvolvimento territorial sustentável.

Enquanto objetivo da tese, busca-se apresentar a abordagem da construção social dos mercados articulada aos sistemas agroalimentares territoriais, valorizando iniciativas que produzem e ofertam serviços de qualidade, fundamentadas em práticas sustentáveis e relações mais próximas entre produtores e consumidores, as quais podem promover o desenvolvimento territorial sustentável. A articulação dessas abordagens ao referencial teórico-metodológico da CBST será consolidada no Capítulo 4, cumprindo o primeiro objetivo específico proposto.

³¹ Diante da existência de distintas tipologias e conceitos, destaca-se aqui que esses dois tipos de mercados, diferenciados em duas categorias por Schneider (2016), são estudados de forma agrupada pelo conceito de “circuitos curtos de comercialização”. A opção pela adoção da tipologia deste autor se destina a avaliar distinções internas, com o propósito de melhor elucidar algumas dinâmicas observadas nos estudos de campo.

3.1 REGIMES ALIMENTARES: A DINÂMICA DA ALIMENTAÇÃO E O DESENVOLVIMENTO DOS MERCADOS

Ao longo do Século XX, grande parte dos alimentos deixaram de ser consumidos pelas próprias famílias produtoras e/ou pela população situada no seu entorno, enquanto volumes crescentes passaram a circular em cadeias de abastecimento cada vez mais longas. Essa reconfiguração vem associada à expansão da indústria sobre o setor agropecuário, à incorporação de novas tecnologias, ao modo de vida cada vez mais urbanizado e às facilidades criadas pelos novos meios de transporte e o livre comércio, entre outros, os quais contribuíram para disponibilizar alimentos produzidos em diversas regiões do planeta em quase todos os lugares. Contudo, a ampla maioria dos agricultores familiares e camponeses enfrenta escassez de recursos (natural, sociocultural e econômico) para montar sistemas de produção capazes de alcançar níveis de competitividade exigidos para atuar no modelo alimentar globalizado, sobretudo, em países do Sul global (Pecqueur, 2024a).

Apesar de restrições à adoção de modelos orientados aos ganhos de escala, grande parte da agricultura familiar apresenta capacidade de mobilizar recursos territoriais diversos para produzir alimentos. Ao utilizar os agroecossistemas de acordo com sua aptidão com foco na alimentação, essa categoria é reconhecida pela FAO por seu potencial de aumentar a sustentabilidade da agricultura e dos sistemas alimentares nas redes territoriais em que estão integradas, sendo considerada uma alternativa de transição para o sistema alimentar hegemônico (FAO, 2019). Em sua diversidade, os atores implicados nessas dinâmicas territoriais dispõem de saber fazer e recursos que podem cumprir funções desatendidas e/ou superar falhas que comprometem diferentes dimensões da alimentação no mundo atual.

Com a expansão do modelo de acumulação capitalista, baseado nas vantagens comparativas e na especialização, os sistemas alimentares foram padronizando a produção e o consumo de alimentos. No entanto, a incapacidade desse modelo de atender algumas dimensões da alimentação resultou em crises que, associada ao jogo de interesses econômicos, desencadearam sua reconfiguração (Muñoz, 2019). Para compreender essas evoluções, Friedmann e McMichael (1989) propuseram a teoria dos regimes alimentares. Essa abordagem de análise macro das transformações dos sistemas agroalimentares procura detalhar a construção política sobre os regimes alimentares, que influenciam e são influenciadas pela lógica

capitalista específica de cada período histórico. Essa teoria fornece uma perspectiva histórica sobre como a produção e o consumo de alimentos são estruturados em escala global, enfatizando a interação entre agricultura, economia e política. Diante da evolução do capitalismo, os autores buscaram caracterizar os regimes alimentares para compreender a existência da lógica política e econômica global na dinâmica da agricultura e da alimentação. Para tanto, diferenciaram três períodos marcantes de transições alimentares, diferenciando-os pelas estratégias de ação e pela interação de atores sociais e instituições políticas e econômicas, determinantes na ascensão e declínio de cada regime alimentar.

Antes de sua apresentação, cabe destacar que a globalização é um fenômeno desigual no espaço e no tempo, o que exige considerar que essa transformação não é igual em todos os países e regiões, existindo ainda períodos de transição e diferenças temporais. Assim, os regimes alimentares aqui apresentados são classificados a partir de uma realidade europeia, não expressando a diversidade em outros contextos territoriais, tanto na própria Europa, quanto fora dela. Com a Grã-Bretanha como centro de poder global, a Revolução Industrial (Séculos XVIII e XIX) impulsionou grandes transformações na agricultura e nos sistemas alimentares, com destaque para o início de uma dinâmica de padronização e homogeneização. O legado da Revolução Industrial na agricultura e alimentação não se limitou ao contexto britânico, mas se expandiu globalmente, resultando em um sistema agroalimentar que preconiza a eficiência produtiva e econômica, ao mesmo tempo que promove a padronização das práticas e produtos alimentares. A Revolução Industrial foi, portanto, um marco histórico que alterou profundamente as estruturas econômicas, sociais e produtivas globais, permanecendo dominante até os dias atuais.

Ao construir uma linha do tempo a partir dessa realidade europeia, Friedmann e McMichael (1989) adotam a delimitação de 1870 a 1930 para o primeiro regime alimentar. Esse período é caracterizado por uma produção de alimentos em larga escala nas colônias para abastecer os países industrializados, tendo como principal tomador de decisões os Estados colonizadores. O primeiro regime alimentar caracterizou-se, portanto, pela busca de novas colônias que pudessem ofertar matérias-primas para as indústrias europeias, bem como fornecer alimentos baratos. No caso inglês, houve um fluxo de capital e trabalho dos países colonizadores para as colônias, com o objetivo de organizar e expandir a produção. Ao mesmo tempo, a

Inglaterra se industrializava e comercializava produtos manufaturados com as colônias.

No Brasil, o principal motor da economia do período era a produção de café para exportação, ao qual se agregavam em importância a borracha e o açúcar. A cafeicultura passou a ocupar um contingente significativo de imigrantes, em uma ação fomentada pelo governo brasileiro para atrair europeus brancos dada a eminência da abolição da escravidão, que se deu em 1888. Em Santa Catarina, bem como na Serra Catarinense³², este período é marcado pela chegada dos primeiros imigrantes europeus, os quais passaram a ocupar as terras do interior. Na maior parte do estado, até o início do Século XX, se mantinha uma economia agrícola familiar e diversificada voltada para a subsistência. Particularmente, a maior parte do território da Serra diferencia-se pela constituição de grandes fazendas que abasteciam o mercado regional com a pecuária e outros alimentos.

O declínio desse regime se deu, entre outros fatores, pelas consequências advindas da I Guerra Mundial e da crise de 1929, que atingiu o mundo e afetou o comércio internacional. A depressão econômica mundial fez com que os países adotassem medidas de proteção aos seus mercados. No Brasil, por exemplo, o café continuou a expandir os cultivos até as primeiras décadas do Século XX. Com a redução do mercado internacional diante da crise de 1929, esse cenário se tornou insustentável, o que abriu espaço para a política de substituição de importações de base industrial, momento em que a urbanização passou a criar mercados para novos produtos agropecuários no país.

Com as transformações técnicas, políticas e socioeconômicas ocorridas no pós II Guerra Mundial, as potências europeias perdem a hegemonia. O segundo regime alimentar (1945-1970) é caracterizado pela ascensão dos Estados Unidos no cenário mundial da produção de alimentos. Em um contexto de fome e pobreza que gerava incertezas políticas nos países, e o contexto da Guerra Fria, a ajuda alimentar americana foi institucionalizada, tornando-se parte da política externa do país. Apoiados no discurso do combate à fome, os Estados Unidos assumiram a hegemonia político-econômica. Esse período mobiliza os conhecimentos e estruturas produtivas geradas durante a II Guerra Mundial e é caracterizado pela industrialização da

³² O processo histórico do território da Serra Catarinense, lócus da pesquisa empírica desta tese, será aprofundado no capítulo seguinte.

agricultura, com uso intensivo de insumos químicos, mecanização e engenharia genética. Dessa maneira se criou um modelo de acumulação-regulação, denominado mercantil-industrial (Muñoz, 2019). No Brasil, a modernização da agricultura foi aplicada junto à política de substituição das importações, responsável pela criação de indústrias de base e investimentos em infraestrutura no país. A produção industrial para o mercado interno ampliou sua importância na dinâmica da economia brasileira até o final da década de 1970. Apesar do período anterior ser marcado pela crise do setor agroexportador, nesse novo regime, houve avanços na produção e produtividade de *commodities* para a exportação, enquanto se expandia a demanda alimentar urbana.

A produção de máquinas agrícolas (sobretudo tratores) nacionais, somada às importadas, promoveram avanços na mecanização da agricultura brasileira. Na ausência de ação pública para alterar a estrutura fundiária, essa modernização desocupou mão de obra e promoveu o êxodo rural para os centros urbanos em busca de trabalho, fazendo com que o Brasil deixasse de ser predominantemente rural. A modernização tecnológica do espaço rural concentrou-se nos grandes produtores, com casos pontuais de inclusão da agricultura familiar. Enquanto o foco do modelo agrícola direcionava-se ao mercado externo para o café, a cana-de-açúcar e o cacau, a demanda interna gerada pela urbanização criava mercados para a produção de subsistência, como arroz e feijão, o qual recebia pouco investimento público. Nessa lacuna, agricultores familiares que detinham terras em certas regiões passam a se integrar à economia nacional, rompendo o forte isolamento que caracterizava as comunidades camponesas.

Com o desfecho das disputas de modelos de desenvolvimento na década de 1960, que resultaram no Regime Militar, a política agrária perpetuou problemas estruturais no setor agrícola e contribuiu para o êxodo rural, intensificação da concentração da terra e a desigualdade social. O declínio do segundo regime emerge pela crise do petróleo e a consequente necessidade de reestruturação da economia global. Em síntese, esse modelo era implantado com recursos públicos e a crise ocasionou impactos superiores à capacidade de suporte do Estado brasileiro, tirando seu protagonismo como agente de intervenções. Inicialmente, o agravamento dos problemas sociais estimula a organização de movimentos e sindicatos que se engajam na luta pela redemocratização, mas a gravidade e continuidade da crise econômica limita a ação do Estado, criando-se um contexto de disputa de ideias. Ao

mobilizar as forças políticas que defendem a continuidade do modelo, cria-se uma coalização que se reapresenta como nova ao assumir o discurso neoliberal – que havia ganhado força no cenário internacional.

Essa perspectiva mundial e nacional do segundo regime alimentar alterou a agropecuária de Santa Catarina e da Serra Catarinense. Na dinâmica do estado, parte da agricultura familiar se integrou às indústrias e cooperativas locais, especialmente, na produção de suínos e aves. Na Serra, foram introduzidas novas tecnologias e monoculturas (frutas de clima temperado, em especial, a maçã), modificando os modos tradicionais de produção em algumas áreas, enquanto a produção extensiva de gado se mantinha na maior parte das fazendas. Essa dinâmica não se alterou com o declínio do segundo regime, mas incorporou novas atividades. Assim, além de exportar as carnes de suínos e aves, Santa Catarina incorpora a produção de outras monoculturas (pinus, fumo, soja). Nesse contexto, a Serra Catarinense torna-se referência em alguns produtos e serviços de qualidade (produção de maçã, vinhos finos de altitude e turismo rural), enquanto parte das pastagens são convertidas em produção de pinus e soja. Em paralelo, tanto o estado quanto a região serrana mantêm uma parcela da agricultura familiar com produção diversificada, com especificidade local e redes de produtores com inserção em mercados territoriais.

A data de emergência do terceiro regime alimentar é discutida por diversos autores, mas se configura a partir do fenômeno da globalização e se consolida com a ampliação do livre mercado no período neoliberal. Para Ploeg (2008), essa fase atual do regime alimentar é regulada pelos interesses dos grandes grupos do agronegócio, enquanto os aparelhos estatais tendem a ser enfraquecidos. É o momento em que não há mais um centro político concreto e a globalização se intensifica, sendo que a agricultura é o setor econômico que mais se internacionalizou nas últimas décadas (Schneider; Schubert; Escher, 2016; Ploeg, 2008). Nessa direção, Ploeg (2008) alude que os regimes alimentares corporativos se expressam de forma mais intensa na agricultura de exportação, sujeitando os setores agrícolas e o preço dos alimentos às forças do mercado. No entanto, é importante reconhecer que elementos do regime anterior ainda coexistem, como a persistente atuação estatal em algumas regiões, a exemplo da Política Agrícola Comum na Europa, que continua sustentando parte da produção agroalimentar, revelando sobreposições entre modelos de regulação. Apesar dessa transformação não ser abrupta, os complexos agroindustriais passam a ser controlados por algumas multinacionais, com fusões e incorporações de

empresas menores, criando oligopólios e oligopsônios que controlam o acesso a fatores de produção e concentram a atividade econômica. Como parte desse fenômeno, ocorre a padronização das dietas alimentares e seus defensores assumem uma defesa aberta do Estado mínimo³³. Os impactos ambientais negativos são expressivos e raramente a sociedade e o Estado têm força para que sejam assumidos pelos seus causadores, sendo externalizados para a sociedade (Schneider; Schubert; Escher, 2016; Muñoz, 2019). O quadro 1 a seguir, representa uma síntese das principais características dos três regimes alimentares, a partir de algumas características destacadas por Schneider, Schubert e Escher (2016).

Quadro 1 - Síntese dos três regimes alimentares

Características	Primeiro Regime Alimentar	Segundo Regime Alimentar	Terceiro Regime Alimentar
Coordenação	Metrópoles (colonizadores)	Estados nacionais	Corporações transnacionais, alguns Estados nacionais
País como centro do poder	Grã-Bretanha	Estados Unidos	Eixo China/Estados Unidos
Fluxos dos alimentos	Internacional	Estado ativo, nacional e internacional	Livre mercado sem fronteiras
Características dos produtos	Matéria prima e alimentos baratos	Produtos agroindustrializados	Artificialização (ultraprocessados)
Dietas	Tradicionais e diversas	Reduz a diversidade e foca no processamento	Artificialização dos alimentos
Relação com a natureza	Adapta-se ao contexto ambiental	Uso de tecnologias para controlar a natureza	Objetiva o controle do mundo natural
Tomador de decisões	Ditado pelas Metrópoles	Ditado pela oferta (agroindústrias)	Ditado pela demanda (redes varejistas)
Movimentos de contestação	Trabalhadores	Agricultores	Consumidores

Fonte: Adaptado de Schneider; Schubert; Escher (2016).

³³ Apesar do discurso aberto dos setores do agronegócio serem direcionados à defesa do livre mercado, Bruno (2008) demonstra o caráter oscilante de seus representantes brasileiros. Segundo seus interesses momentâneos, esses alternam a defesa do livre mercado com demandas de políticas públicas. Em síntese, quando o livre mercado permite gerar ganhos econômicos, ocorre a apropriação privada dos bônus. Quando há falhas, cabe ao Estado oferecer a salvação, socializando os custos com a sociedade.

3.2 A ASCENSÃO DOS IMPÉRIOS ALIMENTARES E OS DESAFIOS AOS SISTEMAS ALIMENTARES TERRITORIAIS

Na medida em que os sistemas alimentares corporativos assumem uma postura de conquistar e controlar a produção e o consumo de alimentos em escala global, Ploeg (2008) denomina a fase atual de “Impérios Alimentares”. A atribuição do caráter imperialista corresponde a um modo de ordenamento que conta com forças para se tornar dominante. Seu direcionamento pode ter origem em tecnologias, interesses de grupos do agronegócio, grandes varejistas e mercado financeiro, não se limitando às indústrias alimentares e supermercados. Em síntese, essa dinâmica dos impérios alimentares tem como características a expansão, a hierarquia e a ordem. A expansão significa que não existe fronteiras definidas e permanentes para sua ocorrência. A exemplo, para viabilizar essa expansão, o “frescor” de um produto pode ser produzido por meio de tecnologias que ampliam a durabilidade por semanas ou meses, sem alterar o sabor, redefinindo a lógica e afetando padrões de consumo, a saúde dos consumidores e a própria agricultura. A característica da hierarquia está relacionada ao controle pelas grandes corporações ou por estatais, estabelecendo códigos de conduta e definindo a (re)alocação e uso dos recursos. Por fim, o ordenamento se impõe por mecanismos destinados ao controle do mundo social e do mundo natural, necessário para dar segurança de retornos ao capital (Ploeg, 2008).

Diante da dificuldade para alcançar os resultados sociais que promete, esse controle é discutível, na medida que surgem ineficiências e incertezas ligados à ênfase na lucratividade e em um ordenamento administrativo que limita expressões humanas desejáveis (ex. diversidade alimentar, nutrição equilibrada, promoção da saúde e suas expressões socioculturais). Diante da priorização da dimensão econômica capitalista, os impérios alimentares concentram a riqueza nas mãos de poucos investidores, ampliando as desigualdades, além de estarem sob influência de forças extraeconômicas (Ploeg, 2008). Em outras palavras, os impérios alimentares estão sob interferência de forças políticas na qual subsídios agrícolas e barreiras comerciais favorecem grandes corporações; forças ideológicas criam demandas específicas nos consumidores a partir de narrativas de interesse; e forças ambientais têm pouco poder para afetar as operações e estratégias das corporações com vistas a contemplar a sustentabilidade. Como resultado, as grandes corporações moldam as preferências e

as estruturas de consumo e produção globais, promovendo produtos altamente processados e homogêneos, enquanto produtos tradicionais e locais perdem espaço.

Ao longo das sucessões dos regimes alimentares, é interessante observar o processo de desterritorialização sobre a produção e o consumo de alimentos em escala mundial. No contexto dos regimes alimentares, significa que os alimentos deixam de ser produzidos e consumidos dentro de um mesmo espaço geográfico ou cultural, sendo cada vez mais definidos por cadeias globais de suprimento, padrões de mercado e estratégias corporativas. Atualmente, o regime alimentar imperial aprofunda a artificialização dos alimentos, a ponto de os consumidores desconhecerem até mesmo os ingredientes do que consomem (Ploeg, 2008). No decorrer dos anos, as grandes corporações transnacionais passam a controlar setores a montante e a jusante da agricultura, levando à especialização de produtos e fornecedores e à apropriação dos grandes canais de distribuição e comercialização, sendo as grandes redes de supermercados o principal exemplo dessa venda no varejo (Schneider; Schubert; Escher, 2016; Muñoz, 2019).

Atentos aos interesses do consumidor e às mudanças das regras de comercialização, algumas corporações do varejo se apropriam da história dos alimentos, do discurso ambiental e da alimentação saudável, a exemplo de alimentos orgânicos de marca própria, assim como tecnologias e estratégias de marketing. Essa concentração do varejo passa a contrabalançar o vetor que determinava a estrutura do sistema alimentar a partir da oferta, na medida que esse novo ator impõe exigências junto às (agro)indústrias com vistas a manter e atrair consumidores. Em outras palavras, a concentração do varejo transfere parte do poder dos produtores (ofertantes) para os grandes distribuidores e varejistas, os quais procuram identificar demandas de consumidores que lhes permitam ampliar a rentabilidade, as promovendo no sistema alimentar. Essa terceira fase do regime alimentar tem “o setor de supermercados como principal condutor e tomador de decisões” (Guivant, 2009, p. 176). Essas redes varejistas aumentam o controle sobre as cadeias de abastecimento via longos contratos, enquanto adotam estratégias que procuram fidelizar os consumidores.

Nessa nova fase, há que se considerar que o regime alimentar passa a ser reconfigurado com base nos dados sistematizados pelas novas tecnologias da

informação, o que permite segmentar os consumidores segundo seus interesses³⁴. No caso dos supermercados, uma forma de acessar essa base de dados se dá pela criação de aplicativos que coletam dados em troca de descontos, o que permite gerar um perfil de seus consumidores. Essas novas bases de informações aprofundam o processo iniciado de forma genérica pelos grandes supermercados, de captar as tendências dos consumidores e agir como promotores de mudanças nos padrões produtivos, de beneficiamento, de logística e de consumo (Schneider; Schubert; Escher, 2016). Apesar da concentração de poder e dos possíveis conflitos de interesse com a orientação economicista, essas redes varejistas têm o potencial de contribuir para uma reforma ambiental. Isso se essa for uma demanda valorizada pelos consumidores e compatível com os lucros, o que estimularia tais redes a promover práticas sustentáveis e incentivos a adoção de padrões ecológicos nas etapas de produção e distribuição (Guivant, 2009). Essa questão é observada quando há uma demanda crescente por alimentos saudáveis e com práticas ambientais.

Apesar da concorrência e disputas internas entre as diferentes empresas, essa organização do regime alimentar imperial se efetiva no momento em que os interesses corporativos de vários tipos são privilegiados, pois o poder concentrado os coloca acima dos direitos soberanos dos Estados e de seus cidadãos³⁵. McMichael (2016) descreve esse momento com uma tensão entre: a) o globalismo abstrato expresso na “comida de lugar nenhum”, viabilizado pelos processos de agroindustrialização; e b) o localismo concreto, no qual a “comida de algum lugar” é representada pelas transações com os agricultores, no desenvolvimento de conhecimentos, práticas, políticas e ações locais. Esse segundo grupo representa experiências de resistência de um modelo assentado no território e mobilizado na luta dos movimentos sociais do campo, os quais têm como motivação a busca pela soberania dos Estados produtores de alimentos, se colocando contra a imposição destrutiva da mercantilização em todos os aspectos da vida (McMichael, 2016).

³⁴ Em um período de transformações aceleradas, o varejo passa a competir por espaço com as vendas digitais – que atualmente ainda comercializam pequenos volumes de alimentos. As empresas de *e-commerce*, a exemplo da americana *Amazon*, são grandes influenciadoras no mercado internacional, e têm passado a explorar a comercialização de alimentos.

³⁵ A viabilidade dos fluxos globais foi construída via o enfraquecimento do papel regulador dos Estados, especialmente, na segunda metade do Século XX, quando os debates acerca dos acordos internacionais de livre comércio e tarifas se intensificaram, se consolidando com a criação da Organização Mundial do Comércio (OMC), no ano de 1995.

Em um mundo em transformação, as tecnologias de informação desempenham papéis ambíguos nesse contexto. De um lado, elas servem como base para o controle e a tomada de decisões dos atores corporativos. De outro, a internet e as redes sociais oferecem novos espaços de acesso a informações, de agregação de interesses, de manifestação e de contato com os produtores, contribuindo para a expressão de preocupações por parte dos consumidores. Entre as inquietações sobre a alimentação estão as implicações da circulação dos alimentos a longas distâncias, novas qualidades dos alimentos, a fome e segurança alimentar e nutricional e as crises sanitárias alimentares ocorridos na Europa (Schneider; Schubert; Escher, 2016). Esse modelo padronizado de produção agrícola e de industrialização, baseado no livre mercado e controlado pelos impérios alimentares, se mostra insustentável ambientalmente e incapaz de reduzir a fome, a pobreza e as desigualdades. Apesar de ampliar a produção global de alimentos, seus padrões de consumo, distribuição e comércio vêm promovendo o agravamento das crises ambientais e desafios para conter os problemas sociais e econômicos, que se ampliam na medida em que as diferenças se intensificam.

Como já apontava Polanyi (2000) no início do Século XX, o consumismo, a alienação dos seres humanos, as relações desumanizadas e a subordinação da sociedade à lógica do mercado são problemas agravados no sistema capitalista pelo “livre-mercado”. Em outras palavras, a organização social pré-existente foi rompida pelo desenvolvimento de um sistema de mercado sem regulação social e sem a mediação de instituições de interesse público para estabelecer o controle das estruturas socioeconômicas pelos atores sociais (Schneider; Escher, 2011). Como destaca Ploeg (2008), esse cenário é agravado com a transformação do segundo para o terceiro regime alimentar, com os Estados nacionais perdendo seu poder frente às grandes corporações. Diante da centralidade e prioridade do lucro, em detrimento dos demais interesses da sociedade, registra-se o efeito perverso do mercado como regulador das atividades econômicas da sociedade, resultando no que Polanyi denomina de “moinho satânico” (Polanyi, 2000).

Essa lógica, que prioriza o lucro e desconsidera as pessoas e a dimensão ambiental, é o que fundamenta hoje a ação das empresas transnacionais, que se constituem como a força hegemônica do império alimentar (Schneider; Escher,

2011)³⁶. Formado por grandes corporações de processamento e comercialização de alimentos, o império alimentar é altamente centralizado e atua em escala global. Para Ploeg (2008), a especificidade do império ocorre pela submissão do Estado aos interesses do Mercado, juntamente com a aplicação de tecnologias que permitem novas formas de conquista e de controle massivos. Nesse modelo, há desconexões no tempo e no espaço, entre a produção e a especificidade do ecossistema local, e entre produção e consumo (Ploeg, 2008). Opondo-se a este distanciamento, há um grupo de iniciativas com produção e consumo de alimentos baseadas em estruturas descentralizadas, que aproximam produtores e consumidores e conectam a agricultura à sociedade (Ploeg, 2008). Como se verá mais adiante, os mercados de proximidade, locais e territoriais permitem que o consumidor possa ter acesso a informações do produto a ser consumido (onde, por quem, de que forma foi produzido), as quais alteram seus interesses e suas escolhas.

Ainda assim, é importante reconhecer que essas experiências não estão isentas de contradições. Embora representem formas de resistência à lógica hegemônica do império alimentar, os mercados de proximidade e territoriais são atravessados por relações de poder e desigualdades estruturais (de gênero, classe, etnia) e de acesso a recursos, que moldam a capacidade de ação dos diferentes atores. A perspectiva da justiça alimentar chama atenção para o fato de que a proximidade não elimina assimetrias de poder de decisão sobre o sistema alimentar, questionando quem define o que é produzido, por quem e para quem. Assim, os mercados locais e territoriais devem ser entendidos menos como oposição ao global e mais como campos de disputa, onde coexistem processos de mercantilização, resistência e inovação social e onde se negociam diferentes formas de autonomia e de construção alternativa no interior das estruturas dominantes.

³⁶ Mais do que uma crítica aos atores individuais, essa afirmação procura destacar que essas são as regras do jogo: parte dos custos dos produtos não são repassados aos consumidores via preço, sendo assumidos pelo Estado ou por atores individuais que perdem seus direitos (trabalhistas, saúde, tempo livre etc.). Nas palavras de Polanyi, trata-se de um “moinho satânico” que exaure os produtores. Qualquer agente que procurar privilegiar outras dimensões humanas que não só o lucro terá dificuldades de alcançar viabilidade econômica, pois deixa de externalizar custos para a sociedade. Para encontrar alternativas, terá que procurar outras motivações humanas que justifiquem uma disposição maior dos consumidores para arcar com esses custos.

3.3 CONTRIBUIÇÕES DE POLANYI PARA O ESTUDO DE MERCADOS

O isolamento e o baixo uso de tecnologias modernas para transformação e controle humano da natureza favoreceram o surgimento de formas distintas de produção, expressas na grande diversidade de sistemas alimentares territoriais. Naquele cenário, as interações humanas com a diversidade da natureza exigiam o desenvolvimento de sistemas produtivos mais ligados e adaptados às especificidades dos territórios, preservando tradições e práticas de reduzido impacto humano sobre os ambientes. Apesar do período histórico atual contar com um modelo alimentar hegemônico, esse coexiste com formas produtivas e culturas alimentares construídas historicamente por atores a partir da diversidade territorial de seus recursos e de outras formas econômicas de organizar a sociedade. Para compreender como diferentes ações em torno da alimentação estão presentes nos mercados e na sociedade, esta seção resgata, inicialmente, as formulações e discussões de Polanyi (2000) sobre a grande transformação por que passava o mundo na primeira metade do Século XX. Sua contribuição apresenta elementos que permitem analisar e apreender as transformações de dinâmicas da vida humana pelo capitalismo globalizado, problematizando a “lógica dos mercados”, a mercantilização na agricultura e as disputas entre os sistemas agroalimentares.

Primeiro, é necessário situar que a economia é um processo dinâmico e histórico pelo qual os humanos produzem e distribuem os elementos necessários à sua existência. Nesse contexto, os mercados devem ser entendidos como complexos institucionais (regras) historicamente construídos (Polanyi, 2000; Schneider; Escher, 2011). Para Polanyi (2000), em sociedades pré-capitalistas, as relações monetizadas nos mercados eram apenas parte da vida social, sendo a reciprocidade e as redistribuições assumidos como princípios orientadores da ação em muitas dimensões da vida social³⁷. A partir do advento do capitalismo, alguns mercados passam a atuar de forma “isolada” ou autônoma, ampliando o número de relações

³⁷ Embora o capitalismo tenha avançado significativamente, esse tipo de relações não desapareceu da vida social atual. Como exemplo, no caso dos alimentos, para além daqueles destinados ao autoconsumo das famílias, estudo conduzido no Oeste Catarinense mostra a expressividade do número de famílias agricultoras que continuam a suprir a necessidade alimentar de seus filhos que migraram para as cidades, via relações não mercantis (Nesi *et al.*, 2019). Em paralelo, Cazela *et al.* (2020) demonstram como as relações familiares são mobilizadas por um número expressivo de pessoas que deixaram o campo para poder acessar alimentos por fora do mercado convencional, seja com pagamento monetário, doações e trocas.

orientadas pelos princípios da troca e acumulação. Para o autor, a mudança de mercados isolados para uma economia de mercado³⁸ foi a grande transformação. Nesse processo, a introdução e utilização de máquinas para a produção promoveu a mudança de ideia de um mercado regulável para um mercado autorregulável, em uma sociedade comercial e agrícola. Em complemento, acreditava-se que, a partir da Revolução Industrial, “todos os problemas humanos poderiam ser resolvidos com uma quantidade ilimitada de bens materiais” (Polanyi, 2000, p. 58). As consequências advindas desse período implicaram em mudanças nas condições sociais. As motivações da sociedade passaram a priorizar o lucro, sendo que as transações monetárias se expandem sobre novas dimensões da vida social, antes reguladas pela reciprocidade e redistribuição³⁹.

Para Polanyi (2000), a economia de mercado é produto da sociedade industrial, em que as decisões são dirigidas pelos preços do mercado, com baixa interferência das relações entre os agentes. Nesse sistema, não apenas os bens e serviços são mercadorias, ou seja, produzidos para a venda, mas a força de trabalho (as pessoas) e a terra (própria da natureza) são tratados como algo passível de serem produzidos e sujeitos à precificação. Esse processo é visto pelo autor como violento e artificial, por não obedecer às características da natureza humana. É evidente que terra e trabalho não eram mercadorias, pois “não eram sequer produzidos (como a terra) ou quando o eram, não o eram para a venda (como o trabalho)” (Polanyi, 2000, p. 94). De forma complementar, o autor aponta que o dinheiro se converte em um símbolo de poder e adquire existência pelos bancos e mecanismos de finanças. Em uma sociedade integrada por um sistema de mercados, os preços são determinados pelos custos de produção e pela apropriação do excedente, na busca pelo lucro. No caso das mercadorias fictícias (terra e trabalho), em que não há custo de produção, seu preço é estabelecido por normas, tradições, crenças ou até pela força (Schneider; Escher, 2011). Como consequência, conclui-se que vivemos uma “sociedade de mercado” e “orientada ao lucro”, uma vez que terra, trabalho e dinheiro são vistos

³⁸ A economia de mercado teve origem na Inglaterra a partir da Revolução Industrial e é entendida por Polanyi (2000) como uma estrutura institucional.

³⁹ Apesar da inegável expansão das relações de mercado sobre a vida humana, há que se considerar que essa avança até o nível que os envolvidos dispõem de recursos monetários para viabilizar o retorno em relações de mercado. Em ausência de dinheiro para tal, a busca por soluções continua a ocorrer mobilizando formas baseadas na reciprocidade e redistribuição (caridade, doações etc.).

como mercadorias e que a reprodução social depende da reprodução do capital (Schneider; Escher, 2011; Polanyi, 2000).

A nossa dependência ao mecanismo de mercado, que leva à competitividade, é motivada pela busca por lucro (venda da força de trabalho e comportamento social) e não mais para subsistência (Polanyi, 2000). É essa busca pelo lucro que tornou o trabalho, a terra e o dinheiro em mercadorias ou, em outras palavras, disponíveis à compra. Em uma sociedade comercial, esses e outros elementos fundamentais da indústria tornam-se inevitavelmente disponíveis à compra (Polanyi, 2000). Quanto mais complexa se tornou a produção industrial, mais elementos eram necessários para garantir o fornecimento de mercadorias produzidas. Essa condição de mercantilizar o trabalho e a terra significa submeter o ser humano (e todas as sociedades) e o ambiente natural às regras do mercado.

O trabalho, aqui entendido enquanto mão-de-obra empregada, tem seu preço estabelecido e sua organização acompanhada segundo as mudanças do mercado, o que “torna a sociedade humana um acessório do sistema econômico” (Polanyi, 2000, p. 97). Em outras palavras, as relações sociais estão enraizadas (*embeddedness*⁴⁰) nos sistemas econômicos, em uma dupla troca na qual são ao mesmo tempo condicionadas e condicionantes. Esse fato oferece base explicativa para a origem das normas, regras, organizações e costumes que constituem o modo de produção que, no caso do capitalismo, passou a priorizar a acumulação privada de riqueza, ao mesmo tempo em que é um projeto político orientado aos interesses de classes sociais específicas (Schneider; Escher, 2011). Essa abordagem permite encontrar em relações sociais pré-existentes explicações para muitas regras de mercado e da vida humana que fogem à racionalidade utilitarista, ao mesmo tempo que a busca pelo lucro avança sobre outras dimensões da vida social.

Em resposta ao movimento de mercantilização e os efeitos negativos causados na vida das pessoas, algumas coletividades (movimentos sociais, classes, organizações, governos) agiram no sentido de um “contramovimento”, protetor da sociedade e da natureza contra a expansão da cultura de mercado e contestatório ao “moinho satânico” (Schneider; Escher, 2011; Muñoz, 2019; Polanyi, 2020). Os

⁴⁰ O termo em inglês *embeddedness* é traduzido por Schneider e Escher (2011) para imersão ou enraizamento, a depender do contexto. Seu conceito implica “à formação de significado para as ações dos atores inseridos num contexto ou ambiente institucional historicamente determinado, e expressa a ideia de que as estruturas sociais, estabelecidas e enraizadas em regras, normas, convenções, hábitos, etc. condicionam o comportamento social dos indivíduos” (Schneider, Escher; 2011, p.196).

contramovimentos estavam ligados também a proteger as mercadorias fictícias, por meio de medidas legislativas. O “duplo movimento”, descrito à época por Polanyi (2000), é perceptível no contexto atual. De um lado, temos as privatizações, desregulamentação do trabalho, de terras, dando ao capital poder sobre a sociedade. Por outro, encontra movimentos de proteção social, tendo na construção social de mercados pela agricultura de base familiar um exemplo para conceber a soberania alimentar e o bem viver. Essa construção social reflete o modo como os seres humanos interagem e criam sentido para suas ações, revelando na configuração dos mercados um processo dinâmico, com convenções baseadas em outras regras ou normas que definem os rumos da sua construção (Cassol; Salvate; Schneider, 2016). Estes mercados seriam alternativos aos convencionais, por serem distintos nas interações sociais que permeiam as trocas ou transações, uma vez que a decisão não é baseada exclusivamente no lucro.

O “duplo movimento” exige compreender que a vida nas sociedades tradicionais era fortemente dependente da coletividade. Ao mesmo tempo que a solidariedade garantia a sobrevivência das pessoas, havia fortes restrições às liberdades individuais e certas tradições contribuíam para a reprodução de relações sociais opressoras (ex. diferenças de geração e de gênero). De um lado, é relevante reconhecer que esse desenraizamento poderia gerar oportunidades de empoderamento a indivíduos, grupos e novas ideias de organização social. Por outro, à medida que destruição do tecido social foi exacerbada, a introdução das leis do mercado capitalista passou a desconsiderar muitas possibilidades humanas, ao ampliar a competição, conflitos e a pobreza (Polanyi, 2000). Mercantilizar terra e trabalho criou condições para instituir a propriedade privada e a expulsão de camponeses das terras comunais, tornando a agricultura fornecedora de matéria-prima para a indústria e de alimentos para a população urbana (Schneider; Escher, 2011; Polanyi, 2000). Essa condição promoveu uma visão de oposição e de superioridade do urbano sobre o rural, sendo este último visto como um lugar de atraso, e o urbano como espaço de progresso e modernidade.

Ao considerar o papel que a política desempenha na organização das sociedades, existem duas visões aparentemente opostas sobre o papel do Estado no que se refere à criação de regras sobre organização da produção, apropriação e distribuição de riquezas. A visão neoliberal enfatiza a autorregulação pela “mão

invisível”⁴¹, com os indivíduos assumindo os ônus e bônus de suas escolhas, não havendo sentido para a existência de uma estrutura coletiva de suporte às pessoas. Já as propostas keynesianas⁴² veem o Estado enquanto regulador. Nesse segundo caso, o Estado é entendido como agente que mobiliza riquezas coletivas coletadas através de impostos e cria regras de conduta (leis) para promover estratégias de desenvolvimento orientadas a gerar crescimento regular e consumo contínuo.

Apesar do discurso do Estado mínimo ser forte entre os defensores da “mão invisível”, diante de crises econômicas e sociais, o Estado é entendido como agente fundamental na resiliência do capitalismo (Bruno, 2008). Registradas as diferenças, neoliberais e keynesianos tem em comum a noção de desenvolvimento centrada no progresso e na submissão da natureza às necessidades humanas (Pecqueur, 2024b). Nesse jogo de interesses, registra-se um constante tensionamento entre Estados, corporações capitalistas e organizações sociais, as quais alteram regras e práticas. Em outros termos, os regimes alimentares corporativos enfrentam resistência diante de alternativas de produção e consumo mais justas e sustentáveis.

Junto aos aumentos de produção e produtividade, o modelo hegemônico alimentar promoveu a mercantilização da vida social, contribuindo para o aumento das desigualdades sociais, desemprego, êxodo rural, marginalização urbana e problemas ambientais. A industrialização, a dinâmica produtivista e tecnológica e a mercantilização dos elementos substantivos da vida fizeram com que a economia se desenvolvesse em torno de um modelo integrado de capitais agroindustriais e comerciais, vinculada à dinâmica dos mercados globalizados (Schneider; Escher, 2011). Esta manifestação, em contradição com a organização produtiva e o ambiente natural, controla e se apropria do valor produzido na agricultura, concentrando poder sobre a produção, processamento, distribuição e consumo. A concentração dos canais de distribuição varejistas, ou os impérios alimentares, tem na produção e consumo de massa a justificativa para a satisfação das necessidades materiais da

⁴¹ A “mão invisível”, formulada por Adam Smith no século XVIII, defende que o mercado se autorregula sem a necessidade de intervenção estatal. Essa ideia é amplamente criticada, sobretudo nos sistemas alimentares. No contexto neoliberal, a liberalização dos mercados leva à concentração de poder econômico, favorecendo grandes corporações do agronegócio, ignora práticas sustentáveis e inclusivas, e marginaliza a agricultura familiar e os sistemas alimentares territoriais. Além disso, ignora o papel da sociedade civil e das políticas públicas e pode gerar desigualdade ambientais.

⁴² A expressão “keynesiana” tem origem no economista britânico John Maynard Keynes, cujas ideias revolucionaram a teoria econômica no século XX. Contrário à ideia do liberalismo clássico, como a “mão invisível” de Adam Smith, a abordagem Keynesiana refere-se à orientação da intervenção estatal para garantir estabilidade econômica e crescimento.

humanidade, no caso, a segurança alimentar, considerando apenas a disponibilidade de alimentos.

A necessidade de se produzir em quantidade e de promover acesso aos alimentos com regularidade permitiu que esses fossem ressignificados no mercado capitalista. Para Schneider e Escher (2011), os alimentos também podem ser vistos como mercadorias fictícias, uma vez que são substanciais ao sustento do ser humano. Colocá-los no mercado capitalista representa não apenas um risco à sociedade e à natureza, por ser um projeto político de sociedade de mercado, mas incoerente com a liberdade individual ou com uma abordagem de desenvolvimento rural. Para os autores, a mercantilização dos bens de produção e consumo, assim como dos aspectos simbólicos, culturais e das relações entre o homem e a natureza, geram profundas transformações na reprodução social dos indivíduos. Esse processo provoca diferenciações que se manifestam na diversidade e na heterogeneidade das formas sociais rurais. Além disso, afeta diretamente as relações de produção, circulação e consumo, que passam a ser moldadas pelas dinâmicas e contradições próprias das economias de mercado, destacando os impactos da lógica capitalista nas estruturas sociais e culturais locais (Schneider; Escher, 2011). Em outras palavras, existe um regime alimentar corporativo, que reforça na agricultura a lógica industrial, enquanto em reação ocorre a construção social de novos mercados alimentares, como formas de resistência ou distanciamento da lógica produtivista e mercantil capitalista, existindo níveis intermediários que vão de um extremo a outro.

Devido à forte competitividade, a indústria de alimentos está constantemente à procura de matérias-primas e soluções mais baratas. Para tornar possível conectar produção e consumo, esses produtos reforçam o desenvolvimento de combinações tecnológicas que requerem, dentro de uma escala de espaço e tempo, o uso de aditivos e outros químicos, no sentido de corrigir problemas de qualidade, garantir maior tempo de validade e, muitas vezes, construir produtos que são imitações. Para Ploeg (2008), essas combinações produzem uma “degradação continuada” que, através da engenharia, estimulam o oposto de uma produção primária de qualidade, no qual os alimentos perdem a identidade e se tornam “não-produtos”. Para o autor, “a origem, entendida como um lugar que podemos conhecer e em que podemos confiar, já não existe - pelo menos no contexto do Império” (Ploeg, 2008, p. 127). A agricultura empresarial tem ampliado sua desconexão com a natureza, artificializando fertilizantes e a alimentação animal e substituindo mão de obra humana por máquinas,

indo na contramão de ações ambientais que visam melhorar a eficiência no uso da água para a produção agrícola e na substituição da energia fóssil de forma mais eficaz, com ações que possam reduzir desperdícios.

Outro agravante, apontado por Ploeg (2008), é a dependência da agricultura empresarial aos mercados. Ou seja, insumos, tecnologias, serviços, terra e estruturas são mobilizados em mercados e altamente dependente deles, sem qualquer autonomia das unidades produtivas e dependente dos resultados futuros dos mercados. Vale destacar que as práticas produtivas e os processos de produção são estruturados a partir dos interesses mercantis. Isso não significa dizer que a produção artesanal, que prioriza o saber-fazer e os elementos socioculturais tradicionais, seja não-econômico ou que seus produtores não tenham interesse em novas oportunidades. Pelo contrário, produtores artesanais também têm interesses nos mercados, mas enquanto lugar de venda para suas produções e não como um “princípio orientador” e de dependência (Ploeg, 2008). Segundo essa perspectiva, as agriculturas familiar e camponesa⁴³ lutam pela autonomia de recursos (terra, agrobiodiversidade, redes sociais, conhecimentos etc.) com o objetivo de ampliar as margens de ação para o desenvolvimento de estratégias inovadoras, para agregar valor e reduzir níveis de dependência em relação ao capital e à lógica dominante dos mercados globais (Muñoz, 2019). Essas estratégias, que buscam fortalecer a autonomia local e promover formas de organização econômica que priorizem o fortalecimento territorial e a sustentabilidade, são denominadas por Ploeg (2008) de estratégias de “recampezinização”, na medida que procuram reduzir a dependência

⁴³ No presente estudo, adota-se a expressão “agricultura familiar” como contraponto à agricultura empresarial, baseada no trabalho contratado. Com força de trabalho predominantemente familiar, essa categoria reflete a diversidade das ruralidades e seus modos de vida, reconhecendo que existem diferenças relacionadas ao grau de integração aos mercados. De modo geral, as formas camponesas indicam um uso intensivo de trabalho familiar e baixo emprego de tecnologias orientadas a poupar mão de obra e aumentar a produtividade, adotando sistemas tradicionais de produção. Já o conceito de agricultura familiar incorpora no seu interior, parte dos agricultores que preservam características das sociedades camponesas e parte de agricultores que vão gradativamente integrando-se aos mercados, tanto no uso de insumos e tecnologias quanto no aumento da comercialização, chegando a casos de profunda integração nas cadeias globais de *commodities* (ex. produção de soja, frango, suínos). A viabilidade dessas formas familiares, muitas vezes, exige a organização social e atuação coletiva, para construir mercados territoriais ou enfrentar as contradições do mercado convencional. Geralmente, a identidade territorial específica é construída por atores com um nível geralmente baixo de especialização e, em regra, menor capitalização, um grupo historicamente excluído do processo de modernização agrícola, para o qual o tradicional e a diversidade pode ser revalorizado. Além disso, sua atuação está marcada por uma dimensão ecológica, com agroecossistemas mais resilientes e com potencial para desenvolver estratégias inovadoras diante dos desafios impostos pelas crises sanitárias, sociais e ambientais.

do agricultor em relação às dinâmicas econômicas globais e do capital hegemônico. Esses sistemas passam a incorporar uma diferenciação de escala, tornando-se ao mesmo tempo globalizados e “territorializados”, com uma reorientação voltada também para a esfera local e com a necessidade urgente de serem ecológicos (Pecqueur, 2024a).

3.4 A CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS: A VISÃO NEOCLÁSSICA E OS FUNDAMENTOS DA ECONOMIA DE MERCADO

Os estudos de mercado são teorizados predominantemente pela lógica capitalista, sob a influência da Escola Neoclássica⁴⁴ da teoria econômica (Muñoz, 2019). De acordo com essa perspectiva, as ações econômicas ocorrem exclusivamente no âmbito da troca mercantil, abrangendo tanto os fatores de produção quanto os bens e serviços. Nesse contexto, os fluxos monetários são ajustados pelo sistema de preços, que atua como regulador da oferta e da demanda, equilibrando a dinâmica entre produtores e consumidores. O consumo é concebido por interesses individuais (utilidade) e dentro de uma racionalidade humana. Dessa maneira, o indivíduo satisfaz suas preferências e o mercado competitivo e autorregulado satisfaz os interesses coletivos. Consequentemente, se promove o progresso material e o crescimento econômico (Munõz, 2019). Os teóricos dessa corrente defendem que as transações (trocas) não são afetadas pelas relações sociais entre as partes envolvidas, seja para negociar, influenciar oferta e demanda ou estabelecer relações contínuas (Ganovetter, 2007). Em resumo, o pressuposto dessa linha de pensamento está na “subsociação” da ação humana e na sua racionalidade individual, no qual os preços representam a alocação eficiente dos recursos e o mercado perfeito tende a alcançar a melhor relação custo/benefício (Ganovetter, 2007; Schneider, 2016; Muñoz, 2019).

Essa perspectiva teve grande influência no regime alimentar modernizante, no qual se acreditava que a adoção de pacote tecnológico pelos agricultores tradicionais

⁴⁴ A teoria neoclássica parte das bases da economia clássica, composta pelo liberalismo de Adam Smith, na qual o Estado tem apenas o papel de proteger a propriedade privada e o livre mercado. A teoria neoclássica amplia a ênfase na ideia da maximização da utilidade e da escolha dos indivíduos. Segundo Granovetter (2007), para essa linha de pensamento, o comportamento é guiado pela racionalidade e pelo interesse próprio, com pouca influência das relações sociais, criando assim, uma visão idealizada da realidade.

seria a escolha mais racional. Com isso seria possível aumentar a produção e, na relação entre oferta e demanda, garantir alimentos baratos à população. Denominada de “modernização conservadora”, ao longo do Segundo Regime Alimentar, esse processo foi endossado pelo Estado por meio da criação de políticas públicas para modernizar o latifúndio. Apesar da ação pública de diversos Estados nacionais procurar rebaixar preços via políticas públicas de estímulo à produção (oferta), com orientação keynesiana, em paralelo assumia-se que o mercado seria responsável por regular o restante dessa relação. No Brasil, embora a ação pública tenha contribuído para aprofundar a concentração de recursos (terra e crédito) nas mãos de grandes proprietários (Delgado, 1985), esse referencial produtivista se estendeu para regiões caracterizadas por uma estrutura fundiária menos concentrada, a exemplo da agricultura familiar no Sul do Brasil. Contudo, ao priorizar ganhos de escala e um padrão tecnológico homogeneizador, esse modelo não era compatível com a realidade social e ambiental de muitas famílias, gerando seleção excludente e intensificando o êxodo rural (Capellesso; Cazella; Rover, 2016; Cazella *et al.*, 2016)⁴⁵.

A modernização do latifúndio se deu via substituição de famílias de moradores por máquinas e insumos, o que provocou desocupação crescente de força de trabalho agrícola e a intensa migração para as cidades em busca de trabalho assalariados. Logo, a modernização agrícola contribuiu para os propósitos urbano-industrial, assumidos na época como expressão de progresso. O fluxo de migrantes se concentrou em curto período, o que criou cinturões de pobreza no entorno das cidades, exigindo a adoção de algumas políticas públicas pontuais destinadas a garantir condições mínimas de alimentação a certos grupos sociais vulneráveis, especialmente, nutrízes e crianças⁴⁶. A oferta elevada de mão de obra contrastava com um crescimento lento dos empregos urbanos, o que resultou em baixos salários e, conseqüentemente, pouco investimento em tecnologias orientadas ao seu uso eficiente. Em complemento, com o esvaziamento do campo e a não adoção da

⁴⁵ Há que se considerar que o Brasil trilhou um caminho de modernização técnica do latifúndio sem a distribuição de terras para famílias camponesas sem ou com pouca terra, com casos pontuais de modernização direcionada ao campesinato. Esse grupo foi ampliado na década de 1990, com o reconhecimento da agricultura familiar, mas ainda persiste grande contingente de unidades ‘camponesas’ não atendidas por políticas públicas produtivas (Cazella *et al.*, 2016). Em países que fizeram reforma agrária, a modernização se concentrou em atender o modo camponês, transformando-os em agricultores familiares integrados ao mercado convencional.

⁴⁶ Para uma exposição sobre as políticas de alimentação e nutrição na segunda metade do Século XX no Brasil, ver Silva (1995).

reforma agrária capitalista, perdia-se a oportunidade de criar mercado aos produtos industrializados no campo. Esse modelo encontrou apoio entre representantes do setor industrial, interessado em manter baixos salários e atender interesses de seus familiares de origem latifundiária (Guanzioli *et al.*, 2001; Garcia, 2003), sendo implementada pela coalizão cívico-militar que sustentou o Golpe de Estado de 1964.

Enquanto grande parte do setor agropecuário se transformava (do primeiro para o segundo regime alimentar), os mercados expandiram significativamente seu alcance sobre diferentes dimensões da vida humana, permitindo não apenas aprofundar a compra e venda de produtos como mercadorias, mas também do trabalho humano e do próprio dinheiro (Polanyi, 2000). Na medida em que se estabelece essa economia de mercado, esse deixa de ser um espaço físico de comercialização e ganha um sentido mais político e ideológico (Schneider, 2016). Passa a ser assumido como “mercado” em sentido único, representando um padrão normativo de organização econômica que frequentemente desconsidera as especificidades locais, sociais e culturais. Em outras palavras, sendo a economia de mercado parte de uma sociedade de mercado, a sua lógica utilitarista passa a ordenar não apenas as relações econômicas, mas a cultura, as normas e as práticas sociais (Polanyi, 2000). Neste sentido, as sociedades de mercado passaram a demandar instituições que organizassem a vida e as trocas conforme a ideologia mercantil. Para isso, foram criadas leis, normas e regras, além de se estabelecerem os valores de uma cultura mercantil.

Na mesma linha de Polanyi, tanto Weber quanto Marx examinaram os mercados como estruturas que organizam a sociedade e a economia, adotando posturas críticas. Weber defendeu que, para compreender os mercados, é fundamental entender os valores e a cultura que orientam a ação social em torno dos interesses econômicos, como o ganho material ou a busca pelo lucro. Embora Marx não tenha desenvolvido uma teoria específica sobre o mercado, ele concebeu a mercantilização como um processo social que cria mercados, transformando o valor de uso das mercadorias em valor de troca (Schneider, 2016). Com um entendimento mais restrito, diversos autores, guiados pelo pensamento liberal de Adam Smith, veem o mercado como um espaço de relações de troca dessocializadas, que regula a oferta e demanda de forma ideal e racional, com aceitação de ambos no sentido de satisfazer suas vontades e necessidades. Ao considerar a relação custo/benefício como critério de decisão racional sobre suas escolhas, essa é assumida com uma racionalidade

utilitarista. De forma complementar, é o espaço onde se promove um equilíbrio entre concorrentes, com busca pelo ajuste das regras da competição. Nesse cenário, os atores menos competitivos perderiam espaço, restando os mais eficientes, o que permitiria reduzir os custos e distribuir os benefícios à sociedade via redução gradativa dos preços.

Ao longo do Século XX, surgiram diferentes teorias que procuram explicar o fato econômico em interface com as instituições (regras). A principal diferença entre essas correntes está na origem das instituições, entendidas como regras aceitas pelos atores que alteram os resultados da racionalidade utilitarista imediata⁴⁷. A economia institucional original, que teve Thorstein Veblen como precursor na década de 1890, procurou estabelecer uma conexão entre a economia e a teoria evolucionista de Darwin (Muñoz, 2019). Nesse sentido, as instituições (regras) são vistas como organismos que passam por processos evolutivos de regularidade e crises, compreendidos como mecanismos de seleção e adaptação e sem a garantia de que as mudanças institucionais resultem necessariamente em melhorias. Ao entender que os agentes econômicos também são atores sociais, a nova sociologia econômica constitui-se como uma das formulações que passou a mobilizar ideias oriundas da teoria institucionalista, o que lhe permitiu complementar a explicação dos fatos econômicos via articulação com os laços sociais. Essa abordagem reconhece que o comportamento econômico tem sua racionalidade afetada pelas instituições (normas, regras, leis, cultura e organizações), as quais apresentam grande influência sobre as tomadas de decisão individuais e os resultados econômicos.

3.5 A CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS: A IMERSÃO DAS AÇÕES ECONÔMICAS NAS RELAÇÕES SOCIAIS

⁴⁷ A nova economia institucional aponta que as instituições surgem como uma necessidade para coordenar os atores, servindo como base para otimizar o cálculo racional e diminuir a incerteza, pois em um ambiente sem regras não haveria espaço para a racionalidade. Já a teoria da regulação as entende como uma necessidade para regular os conflitos e as relações de poder, tendo sua origem em práticas culturais enraizadas. Já a teoria das convenções aponta para a existência de ideias coletivas exteriores aos agentes como origem das convenções. Essa última tem maior ligação com a sociologia econômica, que procura essas ideias nas relações sociais.

A nova sociologia econômica emerge a partir de trabalhos de Mark Granovetter sobre como as relações sociais e econômicas estão “imersas” (*embeddedness*) uma na outra. Essa noção, emprestada de Polanyi, também pode ser traduzida para enraizamento, enfatizando que as ações econômicas estão imersas em redes de relações sociais, contrariando a visão de que os mercados operam de forma autônoma e isolada (Granovetter, 2007; Cenci, 2022). As relações econômicas são afetadas por questões políticas, culturais e científicas (Wilkinson, 2002). Para Granovetter (2007), os atores não se comportam ou tomam decisões fora de um contexto social ou adotam decisões de forma servil, mas há um comportamento racional dentro de um contexto de relações sociais. A imersão, para o autor, tem um papel fundamental nas relações sociais concretas, no qual ele destaca a confiança como uma condição necessária, mesmo reconhecendo que há fragilidades para o seu estabelecimento ou práticas de “má fé” (a exemplo de casos de corrupção). O *embeddedness* da economia em redes sociais relaciona-se intimamente com questões como a origem da confiança. Segundo Wilkinson (2002), Granovetter desenvolveu a própria noção de redes sociais em estudos sobre o mercado de empregos, o que lhe permitiu perceber seu “enraizamento”. Ou seja, como as relações sociais impactam o modo de funcionamento do mercado de empregos, afetando as escolhas sobre o preenchimento e a criação de novos postos de trabalho e de vagas com melhores salários. No entanto, o autor ressalta que a rede social nem sempre promove externalidades positivas, haja vista o comportamento individual guiado por interesses e oportunismos.

Paralelamente, as abordagens institucionalistas também são “oportunas e promissoras” para a análise do desenvolvimento (Escher, 2011) e nas análises dos mercados alimentares (Schneider, 2016; Muñoz, 2019). Como procuramos aqui apresentar, as abordagens permitem analisar os processos de como as instituições moldam e são moldadas a partir das perspectivas sociais, econômicas e culturais, oferecendo ferramentas para compreender a organização, o funcionamento e a transformação de mercados em contextos específicos. Essa perspectiva ajuda a captar as dinâmicas de interações locais que influenciam o desenvolvimento territorial e a configuração dos mercados agroalimentares, promovendo uma análise mais ampla e integrada dos fenômenos em estudo. De maneira complementar, a noção de desenvolvimento, abordada no presente estudo, se refere não apenas ao aspecto econômico, mas também social e ambiental, elementos chave que enfatizam o papel

multifuncional de redes alimentares alternativas. Neste sentido, abre-se a possibilidade de construção social de novos mercados alimentares, mobilizando elementos sociais para um redesenho das relações de produção, abastecimentos, processamento e consumo de alimentos, que buscam um equilíbrio ambiental e uma aproximação entre produtor e consumidor, frente às crises climáticas, sanitárias e a insegurança alimentar.

As contribuições de Polanyi, Granovetter e outros autores, que surgiram a partir da segunda metade do Século XX, compartilham o tema central da “construção social dos mercados” (Schneider, 2016). Com base na ideia de Polanyi, de que os mercados são instituições sociais formadas por processos de interação social, econômica e cultural, e na noção de Granovetter sobre o enraizamento dos mercados nas sociedades contemporâneas, o estudo sociológico dos mercados passou a focar nas relações sociais e normas culturais que influenciam as interações e trocas econômicas (Schneider, 2016). Nas palavras de Wilkinson (2002), em estudo sobre redes sociais que equilibram solidariedade com limites bem definidos e promovem negócios bem sucedidos, Granovetter avançou além do enfoque de *embeddedness*, mostrando como as redes sociais constroem mercados. Ele revelou que o funcionamento dos mercados é determinado pelas características das redes sociais em que estão inseridos, destacando a importância das interações sociais no desenvolvimento econômico e na formação dos mercados. O que determina as redes sociais são as distinções culturais que existem, caracterizadas por uma solidariedade forte, com limites estreitos e bem definidos, de maneira que podem promover uma ação empresarial bem-sucedida (Wilkinson, 2002).

O que Granovetter (1983) busca esclarecer é que as redes sociais podem ser caracterizadas por laços fracos ou fortes. De um lado, nos “laços fracos” ocorre uma menor interação entre os indivíduos, o que cria a possibilidade de que novas ideias, informações e inovações ultrapassem as fronteiras dos grupos sociais, se tornando pontes entre diferentes redes. Por outro, os “laços fortes” são conexões mais próximas, que influenciam diretamente o comportamento, as relações de confiança e as tomadas de decisão de um indivíduo dentro de um grupo (Granovetter, 1983). Contudo, não há uma hierarquia entre as relações, sejam elas “fortes” ou “fracas”, de modo que uma não é mais valorizada do que a outra. Ambas são importantes e dependentes uma da outra, pois a inovação circula por meio de laços fracos, mas a implementação ou aceitação dessa inovação tende a ser moldada pelos laços fortes.

Em outras palavras, poderíamos dizer que o ser humano procura mesclar relações sociais fortes, do passado, com relações sociais fracas, orientadas por interesses e objetivos específicos. Nesse caso, tanto relações fortes como fracas podem ser úteis e complementares e, como seres sociais, precisamos equilibrá-las.

No contato próximo entre produtores e consumidores é possível a construção de uma relação de confiança, a qual oportuniza ao primeiro grupo identificar diferentes aspectos da demanda e, ao segundo, reconhecer as qualidades inerentes à oferta, ou seja, construindo mercados. Essa relação social pode criar laços fortes, sendo favorecida pela condição dos pequenos grupos sociais, onde as possibilidades de inovação são sustentadas na construção coletiva (Granovetter, 1973; 1983) e sob a qual o saber fazer é resgatado e reconhecido, os interesses comuns são identificados, o capital social para a cooperação é construído e o apoio das instituições públicas é conquistado. Se, na visão econômica neoclássica, as relações fortes eram vistas como limitações às liberdades, atualmente, essas emergem como possibilidade de coesão para a construção social em dinâmicas de desenvolvimento rural alternativas, a partir de uma falha estrutural dos mercados globais (Ploeg; Ye; Schneider, 2012; Ploeg, 2015). É importante perceber que a criação de laços fortes pode ser mais inclusiva e representar uma alternativa para a construção coletiva baseada na confiança. No entanto, essas relações nem sempre são positivas ou equilibradas, uma vez que podem basear-se em relações de exploração, agravando desigualdades e conflitos. Laços sociais fortes podem, em certas situações, gerar relações de dependência, exploração ou favorecer hierarquias desiguais. Exemplos incluem a exploração de trabalho familiar não remunerado ou a imposição de condições desfavoráveis em trocas econômicas. Portanto, as relações sociais podem ser uma base sólida para alternativas inclusivas, mas também carregam o risco de perpetuar problemas sociais, caso não sejam pautados na equidade e no equilíbrio das relações.

Atualmente, as análises sobre mercados têm avançado para além da questão da simples inserção da agricultura familiar e camponesa buscando compreender as dinâmicas de poder e dependência que emergem em contexto com intermediários. Devido ao fato de os mercados serem construídos, enquanto iniciativas dinâmicas de produção e consumo, as análises buscam compreender as relações e interações sociais e os fatores que podem contribuir ou limitar essas relações (Schneider, 2016). Muñoz (2019) aponta que essas iniciativas estão relacionadas tanto pelo potencial endógeno dos produtores, quanto das novas demandas dos consumidores. Estas vão

desde um lógica na perspectiva industrial, passando pelas lógicas de estilo de vida⁴⁸ dos consumidores, até as redes alimentares alternativas, que carregam um componente ético nas ações econômicas (Goodman, 2017; Muñoz, 2019). As práticas alimentares alternativas, orientadas por novas convenções de qualidade, deram origem a mercados emergentes, criando novas fontes de valor econômico e gerando relações de poder ao longo das cadeias de abastecimento alimentar (Goodman, 2017). Os contramovimentos de consumidores e organizações frente à lógica do mercado capitalista abriram uma janela de oportunidades para a construção social de novos mercados alimentares. Não se trata de tentar superar “o mercado”, mas de construir novos espaços de troca, especialmente, pela necessidade de inserir a agricultura familiar em espaços mais adequados a sua forma de produção e trabalho no espaço rural (Gazolla, 2017; Muñoz, 2019). No contexto agroalimentar, a perspectiva da construção social de mercados alternativos é aplicada para analisar mercados locais, redes curtas de comercialização e cadeias produtivas que valorizam práticas sustentáveis e identidades territoriais.

Para Cassol, Salvate e Schneider (2016), os mercados socialmente construídos podem se referir aos mercados aninhados ou imersos. Grade, Margen e Rover (2021), com base em estudos sobre esses dois conceitos, apontam diferenciações na forma como os atores se inserem nos mercados. Ploeg (2016) aborda os mercados aninhados como iniciativas locais que possuem características específicas, operando de forma adaptativa e crítica em relação ao modelo dominante. Para o autor, “um mercado aninhado é um segmento de um mercado mais amplo” (Ploeg, 2016, p. 30), ou seja, é um segmento com distintividades, estando aninhado no grande mercado. Apesar de atenderem a demandas específicas, os mercados aninhados não podem ser confundidos com nichos de mercado, pois sua característica inovadora lhes permite transformar-se ao longo do tempo. Complementando essa visão, Rover e Darolt (2021) destacam que os mercados aninhados buscam restabelecer conexões diretas entre as etapas de produção, processamento, distribuição e consumo de alimentos, promovendo a criação de circuitos mais autônomos.

Em estudos realizados por Cassol, Salvate e Schneider (2016), Schneider (2016) e Salvate e Schneider (2022), o termo imerso é utilizado como tradução de

⁴⁸ Dentro dos possíveis estilos de vida existentes, o denominado de *ego-trip* se refere a um consumo de alimento orientado a um estilo de vida mais saudável que não necessariamente implica em uma escolha por questões ambientais ou de responsabilidade social (Guivant, 2003).

nested markets e de *embeddedness*. Destaca-se ainda que os mercados imersos estão fortemente vinculados ao local de produção, enquanto os mercados aninhados podem se projetar para além do território de origem. Os mercados aninhados visam a criação de oportunidades econômicas diferenciadas, enquanto os imersos priorizam a integração social e territorial. Segundo Grade, Margen e Rover (2021), “muitos mercados imersos são um tipo de mercados aninhado. Mas nem todo mercado imerso está aninhado e vice-versa” (p. 168).

Para este estudo faremos referência a mercados imersos, por entender que “todos os mercados se encontram imersos em relações sociais – como regras, normas e convenções mobilizadas e compartilhadas coletivamente” (Cassol; Salvate; Schneider, 2016, p. 315). Neste sentido, a emergência dos mercados imersos, seu desenvolvimento e evolução ocorrem no interior e em interface com os mercados dominantes, porém valorizando a relação produtor e consumidor de maneira a encurtar a cadeia (Cassol; Salvate; Schneider, 2016; Schneider, 2016). Portanto, se entendemos o território como uma rede de relações, a dimensão territorial está inserida nos mercados imersos.

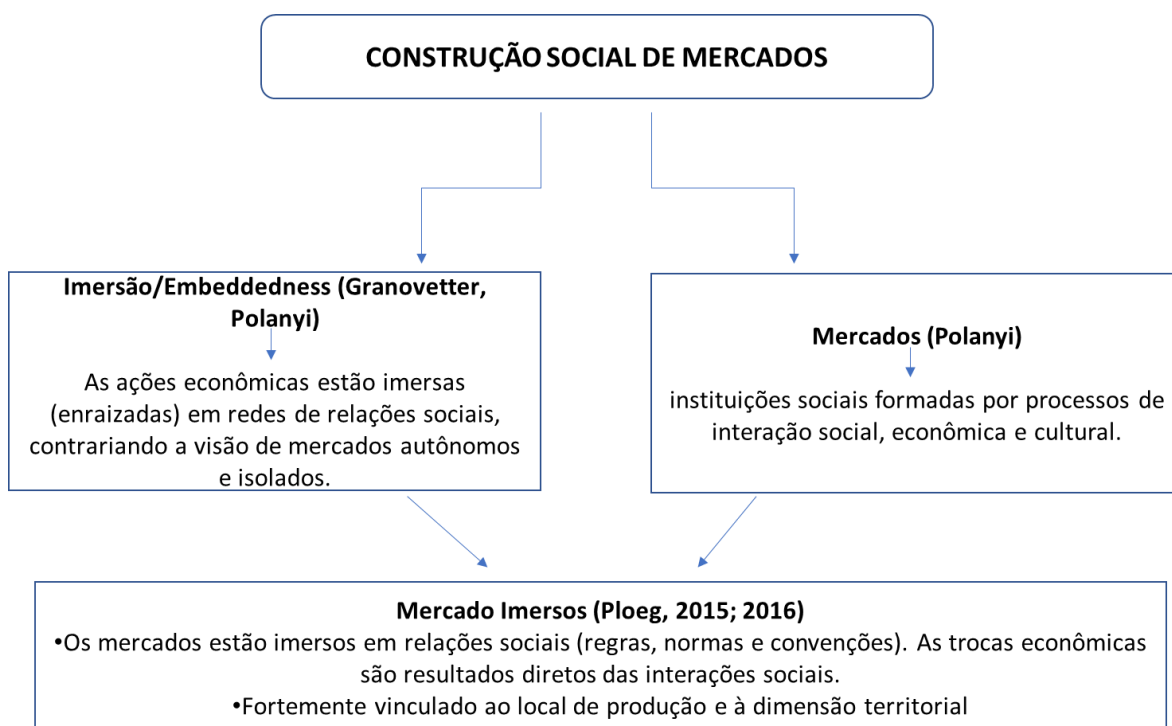
A perspectiva dos mercados imersos permite analisar os mercados nos quais as trocas econômicas e os intercâmbios mercantis sejam resultados diretos das interações sociais. Salvate e Schneider (2022) chamam a atenção para o fato de que os mercados imersos não se restringem a um determinado local e que sua projeção espacial depende e decorre da forma como ocorre sua governança, que abrange tanto instituições formais quanto informais, cujo alcance físico é difícil delimitar. Nesta lógica, os mercados imersos podem ser entendidos como instituições que operam com base em um conjunto de regras e práticas que promovem maior coesão social entre os participantes. Quando essa se orienta pelo incentivo às relações mais justas e colaborativas, eles têm o potencial de contribuir para uma maior equidade social e para o fortalecimento do desenvolvimento local (Grade; Margen; Rover, 2021).

Outra fonte da ideia de mercados imersos está nos estudos de Elinor Ostrom sobre o uso dos recursos comuns, que tanto podem ser naturais ou fabricados pelo homem, mas que precisam ter sua exploração protegida ou administrada (Salvate; Schneider, 2022). A essa ideia se soma o fato de que os mercados precisam ser vistos como bens públicos e, portanto, necessitam ter controle e liberdade, funcionando por mecanismos de regras, normas e condicionantes criadas por agentes que dela participam (Salvate; Schneider, 2022; Cassol; Salvate; Schneider, 2016).

Dessa maneira, se criam instituições formais, que seguem leis e contratos, e instituições informais, que atuam pela reciprocidade e acordos. Essa coexistência permite que produtos ofertados pelos agricultores familiares possam concorrer com as produções industriais e convencionais, na medida em que são capazes de conferir distintividade aos produtos. Essa construção dos mercados imersos implica em se estabelecer nas “lacunas ou falhas estruturais” das cadeias globais de produção e comercialização de alimentos (Ploeg, 2015). Nesses espaços, a ausência de relações sociais resulta em falhas que, com frequência, favorecem a criação de novos mercados, com produtos de qualidade diferenciada e de relações de proximidade.

A figura 5, representa uma síntese da construção social de mercados, a partir da perspectiva da Nova Sociologia Econômica, evidenciando como as relações econômicas estão profundamente imersas em estruturas sociais, culturais e institucionais.

Figura 5- Síntese da construção social de mercados, suas estruturas e significados



Fonte: Elaboração própria, 2025

Portanto, os mercados imersos valorizam a relação direta e/ou o compartilhamento de referenciais socioculturais entre produtores e consumidores, criando vínculos de confiança e reconhecimento mútuo. Formam-se nas lacunas das

cadeias globais, ao promover proximidade, resgatar saberes locais e conferir distintividade aos produtos por meio de laços sociais e cooperação.

3.6 A REESPACIALIZAÇÃO DOS ALIMENTOS E A DIVERSIFICAÇÃO DOS MERCADOS

Ao adotarmos um olhar mais diverso sobre as concepções de desenvolvimento rural, as cadeias alternativas de suprimento de alimentos têm se apresentado como uma importante ligação entre agricultura e sociedade, aproximando produtores e consumidores. De forma mais específica, o termo “cadeias curtas de comercialização” tornou-se um denominador amplamente utilizado para descrever ações de desenvolvimento rural que permitem o estabelecimento de contatos mais diretos e a “reespacialização” dos alimentos, onde a localidade reforça a conexão com os aspectos culturais e naturais (Renting; Marsden; Banks, 2003). A reprodução de circuitos curtos⁴⁹, a exemplo de feiras livres, grupos de consumo, venda no estabelecimento agrícola ou na residência do consumidor, associações e cooperativas descentralizadas, além de iniciativas de agricultura urbana, consumo local e valorização de alimentos tradicionais, possibilitou o surgimento de práticas mercantis inovadoras (Gazolla; Schneider, 2017; Munõz, 2019). Ao priorizar certos públicos e a produção no município, as compras públicas do PAA e os 45% do PNAE, conforme a Lei nº 15.226/2025, se integram nessa dinâmica, funcionando como espaços que transcendem a mera circulação de mercadorias (BRASIL, 2025; Le Coq *et al.*, 2021). Essas práticas destacam novos significados atribuídos aos alimentos e, de maneira mais ampla, ao meio rural, conectados às demandas sociais por equidade, justiça⁵⁰, participação social e sustentabilidade e, portanto, se expressam como alternativas à crise socioambiental em curso.

⁴⁹ Esse tema será aprofundado na análise das agroindústrias familiares da Serra Catarinense, apontando-se razões que levam ou não à formalização sanitária e outros aspectos legais.

⁵⁰ Para Sabourin (2009), a justiça está relacionada ao princípio de equivalência e não a um equilíbrio entre oferta e demanda. Segundo o autor, a justiça se faz presente quando está associada ao preço justo, ou seja, ao preço aceitável para o consumidor e não a um preço imposto por uma posição de força. Somada ao valor da responsabilidade, enquanto uma forma de atender as necessidades dos clientes, não apenas considerando sua qualidade, resultam na construção da reciprocidade, tendo como base o sentido social e a lógica econômica (Sabourin, 2009).

A relação entre agricultores e mercados não ocorreu de forma espontânea, uma vez que seu saber-fazer e suas práticas estavam mais relacionadas ao campo da produção e criação, do que com o comércio, até pela dificuldade de deslocamento ou limitação de transporte. Schneider (2016) aponta que há uma concordância dos cientistas sociais sobre a gradativa inserção dos camponeses nos mercados, iniciando essa relação pela venda de excedentes, o que desencadeou um processo de mercantilização e monetização das relações econômicas. Esse processo promoveu profundas e contínuas transformações ao longo do tempo, enquanto uma estratégia de reprodução social e de interação com a sociedade e a economia. Para Schneider (2016), Ploeg foi pioneiro ao explorar as relações entre os pequenos agricultores e os mercados, demonstrando que a mercantilização não necessariamente rompe com as bases materiais da produção camponesa. Pelo contrário, Ploeg constata que a inserção nos mercados pode contribuir para o fortalecimento das práticas tradicionais e ampliar a autonomia desses agricultores.

A relação com os mercados é variável, oscilando desde os mais autônomos a outros mais dependentes, pois depende de como o produtor se mantém vinculado à sua base produtiva e se consegue adotar estratégias de viabilidade econômica e de reprodução social. Embora seja expressivo o número de estabelecimentos que se declaram estar à margem do “mercado convencional”, ingressar nos mercados não é garantia de sucesso e ganho de renda, pois há disputas e conflitos, muitas vezes, marcados por grandes assimetrias de poder. Essa inserção não ocorre apenas na relação de venda de produtos da agricultura, mas também na aquisição de mercadorias, insumos e outros bens e serviços que possibilitam a manutenção das famílias nas áreas rurais. Portanto, a melhoria das condições desses agricultores não se dá, necessariamente, por meio de uma ruptura com os mercados, mas sim através da diversificação e criação de novos e melhores mercados que atendam às suas necessidades e potencializem sua autonomia (Schneider, 2016). Em complemento, em contextos marcados por profundas desigualdades territoriais, a reprodução social das famílias vai além da lógica estritamente mercantil, depende de políticas públicas, infraestrutura, redes comunitárias, práticas de reciprocidade, autoconsumo e arranjos coletivos de cuidado.

A discussão aqui apresentada procura oferecer as bases para a compreensão dos mercados em que as AIF estão inseridas. Seguindo os conceitos apresentados, reforça-se que a teoria econômica neoclássica ou o *mainstream* do pensamento

econômico é insuficiente para refletir sobre o universo dos micros e pequenos empreendimentos no meio rural, especialmente, quando essas estruturas deixam de ser meros fornecedores de matéria-prima para grandes atores das cadeias agroindustriais e buscam uma inserção mais independente na economia (Wilkinson, 2002). Os mercados, concebidos como construções sociais, diferem das abordagens neoclássicas, ao serem entendidos como espaços concretos de interação entre diversos atores, cuja configuração é moldada pela força, organização, poder e recursos disponíveis para cada um deles (Abramovay, 2004). Para Ploeg (2016), os mercados são estruturas onde ocorrem as trocas de bens e serviços, conectando produtores e consumidores de forma direta ou indireta, variando em complexidade. Eles funcionam como espaços que possibilitam a realização de transações e a circulação de mercadorias, desempenhando um papel fundamental na interação entre as partes envolvidas nas dinâmicas econômicas.

As contribuições de Granovetter permitem analisar os mercados, a exemplo das pequenas agroindústrias, enquanto um prolongamento de relações familiares (Wilkinson, 2002). Essas relações, quando se dão de forma mais íntima e frequente, podem evoluir da confiabilidade do produto para confiança no produtor, tornando desnecessária as garantias formais de qualidade. Wilkinson (2002) aponta que, nos mercados territoriais, as relações pessoais desempenham um papel fundamental na construção de reputação e lealdades. Nas palavras do autor:

Parentesco, vizinhança, conhecimentos pessoais e transações repetidas entre os mesmos atores confirmam reputações e consolidam lealdades, fazendo com que esses mercados se tornem relativamente imunes de pressões externas, sejam de ordem mercadológica ou reguladora. Fora ações punitivas de fiscalização, existem fortes razões, portanto, para supor que esses mercados se apoiam em bases sólidas, enquanto o tecido social na localidade se mantém intato (Wilkinson, 2002, p. 814).

A construção de novos mercados e o desenvolvimento de novas atividades no meio rural surgem da necessidade que os agricultores familiares e camponeses têm de se reinventar frente às dificuldades ou às imposições do sistema agroalimentar dominante (Lauermann, 2023). É possível observar, por diversos estudos, a pluralidade e os distintos mercados pelos quais alimentos e serviços percorrem (Muñoz, 2019; Cenci, 2022; Lauermann, 2023; Cazella *et al.*, 2024). Esses diferentes caminhos, constituído por agentes e estruturas nas quais são realizadas operações de compra e venda, são denominados canais de comercialização (Schneider, 2016; Waquil; Miele; Schultz, 2010). Portanto, os canais de comercialização podem ser

definidos como o trajeto que um bem ou serviço percorre até alcançar o consumidor final. Esse percurso envolve uma sequência de etapas, assumidas por intermediários que desempenham uma ou mais funções dentro do canal e seguem um conjunto de normas que viabilizam a construção de mercados (Waquil; Miele; Schultz, 2010). Por sua vez, as tipologias criadas para o estudo dos mercados procuram agrupar os canais que têm características e seguem regras similares.

Segundo Lauermann (2023) e Cenci (2022), no contexto da noção de construção social de mercados, a primeira tipologia foi desenvolvida por Wilkinson em 2008. O autor identifica que a agricultura familiar tem como principais formas de acesso aos mercados: i) a venda direta (principalmente mercados informais); ii) atravessadores; iii) integração com a agroindústria e iv) as compras públicas (Lauermann, 2023; Cenci, 2022). Para compreender as diferentes lógicas que regem os mercados alimentares e ao considerar não apenas a produção e comercialização, mas as relações e suas dinâmicas sociais, culturais e ambientais, o autor diferenciou seis tipos de mercados: *commodities*, especialidades, orgânicos, artesanais, solidários e institucionais. Em seus estudos sobre o tema, Wilkinson (2008, *apud* Lauermann, 2023) destaca as oportunidades criadas pelos “mercados alternativos”, como os de nichos e os mercados de proximidade, fomentando novos produtos e maior valor agregado. De forma complementar, os produtos tradicionais também têm ganhado espaço devido à demanda pelo artesanal, aspectos éticos e sustentabilidade (Schneider, 2016).

3.7 MERCADOS E CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

Reconhecendo o trabalho de Wilkinson como uma classificação de diferentes canais de comercialização a serem acessados pelos agricultores familiares, Schneider (2016) distingue os mercados propondo uma tipologia a partir de três dimensões: i) o mercado enquanto um lugar; ii) a ocorrência de relações e mecanismos de troca; iii) e a construção social como geradora de um sistema de regras. A crítica de Schneider (2016) à tipologia de Wilkinson reside na ausência de indicadores ou elementos específicos que permitam distinguir claramente um tipo de mercado do outro, além da visão limitada e homogênea sobre o acesso dos agricultores familiares a esses mercados. Para tanto, a tipologia construída pelo autor resulta em quatro categorias de mercados: a) de proximidade; b) locais e territoriais; c) convencionais; e d) públicos

e institucionais. Cada um desses mercados construídos está inserido em relações sociais e culturais que estabelecem mecanismos específicos de regulação e controle. Os dois primeiros tipos (proximidade; locais e territoriais) diferem dos mercados convencional e institucional, pois possuem especificidades próprias, tanto no aspecto produtivo, na relação consumidor e produtor, com conexões compartilhadas e enraizamento social e material (Ploeg; Ye; Schneider, 2012; Lauermann, 2023).

Os mercados de proximidade caracterizam-se por trocas diretas baseadas em relações interpessoais (reciprocidade, interconhecimento e parentesco), que socialmente assumem a função de dispositivos de controle e regulação. Ao privilegiar o contato direto e a qualidade dos bens trocados, os deslocamentos são o mais restrito possível, geralmente em povoados ou municípios pequenos, que configuram seu *locus* específico. Nesses mercados, a confiança depositada no produtor se estende ao produto. Nos mercados de proximidade há na “ideia de produtos de qualidade associados a territórios específicos, um potencial de criação de territorialidades socioeconômicas e culturais, por meio da relação entre homens, produtos, culturas, identidades e regiões diversificadas” (Sabourin, 2009, p. 268). Portanto, o cumprimento das exigências formais e sanitárias, embora necessário, assume papel secundário diante da valorização das relações de confiança, da origem territorial e do reconhecimento social da qualidade construída coletivamente entre produtores e consumidores.

Embora agricultores e consumidores mantenham valores presentes nos mercados de proximidade, a exemplo da confiança e reciprocidade, os mercados locais e territoriais diferenciam-se por apresentar uma maior incidência de trocas monetizadas orientadas pela oferta e demanda. Outra distinção do mercado local e territorial está na forma de distribuição e circulação de mercadorias, por não ocorrer exclusivamente de forma direta entre produtores e consumidores, sendo realizadas, por vezes, por intermediários. Nesses mercados locais e territoriais: a) os bens circulam em locais próximos, que permitem certo grau de interconhecimento entre produtores e consumidores, ou b) via redes de relações construídas com atores externos, na direção do território não com base física, mas de interconhecimento. Em síntese, produtores e consumidores partilham um referencial sociocultural que os aproxima, mesmo que a transação possa incluir intermediários.

Nesses mercados, a proximidade entre produtores e consumidores permite que a confiança substitua parcialmente a formalização, de modo que a qualidade é

reconhecida mais pelo conhecimento direto do produtor, pela reputação construída no território e pela autenticidade do saber-fazer tradicional, do que pela certificação oficial. Assim, o valor simbólico e cultural do produto, muitas vezes, prevalece sobre o valor normativo. Embora não fiquem restritas a relações diretas, os mercados de proximidade e os locais e territoriais podem ser considerados como sinônimo de mercados imersos⁵¹ (Schneider, 2016; Salvate; Schneider, 2022), dada a capacidade de mobilizar forças políticas e a participação de outros agentes, podendo distribuir o poder dos atores sobre o espaço e gerar benefícios compartilhados pelos multiatores envolvidos.

Os mercados convencionais concebem a circulação e distribuição de produtos, bens e mercadorias a nível nacional e global, orientada por oferta e demanda e com alto risco e incertezas, o que torna difícil a regulação. Os mecanismos de mediação são controlados por agentes privados por meio da realização de contratos e regulamentos, o que torna os agricultores inseridos nesse mercado altamente dependentes e vulneráveis. Apesar do agricultor necessariamente ter de realizar a transação com um agente real, sua ocorrência dispensa um *locus* físico, sendo realizado em diferentes níveis e modos.

Por fim, os mercados públicos e institucionais também não têm um local definido para sua concretização, sendo que os espaços ou realizações de troca são dirigidas por demandas e regulados por organismos públicos ou por organizações não governamentais. Em função disso, trata-se de um mercado com alto grau de regulação e controle, resultado de uma construção social e política. No Brasil, no lado dos consumidores, esses programas se inserem nas políticas públicas voltadas à segurança alimentar e nutricional, atendendo populações via assistência social do governo, escolas e outras instituições públicas. As discussões do Consea também contemplam o lado dos produtores, ao criar regras (construir mercado) que privilegiam a compra direta dos agricultores familiares ou suas associações e cooperativas, os convertendo em circuito curto, o que pode contribuir para promoção de inclusão e

⁵¹ Na formulação de Schneider (2016) sobre as tipologias de mercado, não há uma distinção clara entre os conceitos “local” e “territorial”. Por essa razão, neste trabalho, adota-se o termo mercados territoriais como categoria analítica. Neste sentido, os chamados mercados imersos, que englobam as três categorias de mercado (proximidade, local e territorial), podem ser compreendidos como expressões de mercados territoriais.

justiça social (Rover; Darolt, 2021)⁵². Em muitas situações, os mercados públicos e institucionais podem apresentar características territoriais, em especial quando uma organização territorial ou uma rede de organizações territoriais se apropriam das oportunidades oferecidas por esse mercado. O Quadro 2 apresenta e sintetiza as tipologias de mercado, suas especificidades e dinâmicas de funcionamento, bem como exemplos de canais de comercialização que correspondem a cada um desses mercados.

Quadro 2 - Tipologia dos mercados da agricultura familiar

	Tipo de agricultor familiar	Locus e/ou alcance espacial	Natureza das trocas/ modelo de negócios	Forma de regulação	Canais de comercialização
Mercados de proximidade	Camponês; produtor de excedentes	Spot; venda direta; somente local	Interpessoal + Solidário	Confiança + Amizade	- Na propriedade (ex. colhe-pague); - No domicílio/casa; - Beira de estrada; - Entrega direta; - Feira local; - Grupo de consumo
Merca-dos locais e territoriais	Agricultor familiar; produtor simples de mercadorias	Spot; local, regional e territorial	Diversificado + Complementariedade	Reputação/ Confiança + Procedência + Preços	- Feira regional; - Feira nacional; - Redes de venda; - Eventos; - Loja especializada; - Restaurantes; - Associação de vendas; - Sacolão
Merca-dos convencionais	Produtor de mercadorias	Sem lugar definido; <i>placeless/unbond</i>	Concorrencial	Contratos + Preços	- Atravessadores; - Cooperativas; - Agroindústria; - Empresa privada; - Internet; - Supermercados
Mercados públicos e institucionais	Todos os tipos de fornecedores	Multiespacial	Licitatório, seleção pública	Contratos públicos + Leis	- Alimentação escolar; - <i>Fair trade</i> ; - Órgãos internacionais (FAO; PMA); - ONGs; - Hospitais Universitários, Forças Armadas; - Entidade Assistencial; - Estoques do governo

Fonte: Schneider (2016, p. 127)

⁵² Em uma análise do atendimento da exigência de compra dos 30% dos recursos do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação, repassado aos municípios via Programa Nacional de Alimentação Escolar, Capellesso *et al.* (2021) demonstram uma evolução gradativa do volume de venda ao longo da segunda década do Século XX.

Na tipologia proposta por Schneider (2016), sintetizada no Quadro 1, é possível observar diversos tipos de canais de comercialização, que se adequam às regras dos diferentes mercados. Contudo, esses canais não estão atrelados exclusivamente aos mercados indicados. Como exemplo, dependendo da dimensão e da sua dinâmica com cada agente, alguns supermercados podem representar mercados territoriais para as agroindústrias familiares, enquanto são convencionais para a ampla maioria dos produtos. Como observado na análise dos dados empíricos sobre as agroindústrias familiares, um supermercado, especialmente, quando não pertence a uma grande rede varejista, pode mobilizar o partilhamento de um referencial territorial para ofertar produtos reconhecidos pelos consumidores, representando um canal que opera dentro de uma determinada região e valoriza a relação com o território e com a comunidade local (Lauermann, 2023).

Além da coexistência entre os diferentes tipos de mercados, destaca-se que os agricultores familiares geralmente não se limitam a apenas um deles. Isso resulta no acesso a diversos canais de comercialização, o que explica que os mercados construídos ocorrem tanto em cadeias curtas quanto longas. A engenhosidade dos mercados de proximidade e o territorial comportam diferentes canais de comercialização, com maior ou menor número de intermediários entre produtores e consumidores. Em comum, a produção está situada próxima ao consumidor, tornando os mesmos produtos acessíveis ao consumidor em supermercados da região ou na porta da agroindústria, por exemplo. Contudo, observando os exemplos de canais de comercialização mencionados no quadro acima, é possível concluir que a noção de proximidade não é apenas geográfica, mas de relações.

Para além da comercialização no espaço local, que remete à noção de território físico, esse mercado inclui a noção de territórios construídos pelas relações entre os atores, os quais permitem criar fluxos para outras regiões sem a perda de conexões sociais, como em feiras nacionais, eventos e lojas especializadas. A possibilidade de comercializar em distintos canais amplia o poder de escolha dos agricultores e a diversificação das suas fontes de renda, com a diferenciação produtiva e alocação de sua mão de obra em distintas atividades. Como diferentes canais de comercialização geram distintas exigências, é possível diversificar os preços praticados e ampliar as possibilidades de promover acesso a diferentes classes sociais.

Verifica-se que os mercados de proximidade, locais/territoriais e institucionais, na maioria dos casos analisados, tendem a se configurar como cadeias curtas de

comercialização (Lauermann, 2023) ou circuitos curtos de comercialização⁵³ (Rover; Darolt, 2021). Em estudos franceses (Chiffolleau, 2008; Maréchal, 2008; Dufour; Lanciano, 2012), os mercados territoriais são denominados de cadeias curtas e constituem um movimento de valorização da agricultura familiar e camponesa, baseados em uma aproximação entre produtores e consumidores. O desenvolvimento de circuitos curtos, impulsionados pela demanda por consumo local, oferece possibilidades de valorizar a agricultura camponesa e dinamizar a economia agrícola (Dufour; Lanciano, 2012). Em outras palavras, esses circuitos oferecem oportunidades para garantir a continuidade da atividade e aumentar a renda de agricultores, especialmente, os de menor renda, além de aproximar "cidade" e "campo", reforçando o papel da agricultura nos territórios. Reconhecendo que os produtores combinam vários canais de comercialização, mantendo uma rede de relações sociais, comerciais, profissionais e amigáveis, há muitos circuitos curtos na agricultura (Maréchal, 2008; Dufour; Lanciano, 2012). Nessa direção, nesta pesquisa optou-se por buscar um referencial que permite diferenciar internamente os circuitos curtos em diferentes tipos de mercados.

As estratégias utilizadas pelos agricultores para a diversificação dos mercados e seus respectivos canais de comercialização têm relação direta com o risco da atividade econômica e a autonomia do produtor (Schneider; Gazolla, 2015). Essa escolha faz com que o produtor atue dentro das normas estabelecidas pelo tipo de mercado e canal, no caso dos formais, ou sujeitos às regras acordadas entre os atores, quando se trata de canais informais. Da mesma forma, em cada canal e mercado há diferentes ganhos ou riscos de perdas econômicas. A informalidade tende a ser mais frequente junto a atores tradicionais e pouco capitalizados (Wilkinson; Mior,

⁵³ Os circuitos curtos de comercialização, conforme Maréchal (2008), caracterizam-se pela proximidade entre produtores e consumidores, seja física ou relacional. Esses mercados vão além da simples transação econômica, integrando fatores sociais, como confiança e identidade local, além de práticas sustentáveis associadas a redes de interação. Embora na França apresentem um rápido desenvolvimento nos últimos anos, com importante visibilidade pelos consumidores (Chiffolleau, 2008), no Brasil estão fortemente vinculados à agroecologia e aos produtos orgânicos (Darolt *et al.*, 2016; Rover; Darolt, 2021). A conexão entre agroecologia e circuitos curtos sugere um modelo alternativo, mais sustentável, que responde tanto aos desafios da agricultura familiar quanto à demanda por alimentos de qualidade. Essa abordagem resiste ao modelo hegemônico dos sistemas alimentares, promovendo agrobiodiversidade, segurança alimentar e nutricional e valorização territorial, enquanto desafia a estrutura das cadeias longas. Schneider (2021) destaca que esses circuitos reconectam alimentos, sociedade e território, fortalecendo relações de confiança e valores compartilhados, especialmente em contextos de comercialização direta.

1999), podendo ocorrer por inadequação às normas da vigilância sanitária e/ou comercialização em espaços não regulamentados.

Waquil, Miele e Schultz (2010) mencionam a importância de mobilizar a diferenciação e as especificidades dos produtos que são ofertados, o que permite aos produtores praticarem preços variados. Ao construir mercados territoriais que valorizam os diferenciais gerados pelo saber-fazer tradicional, elementos associados à história, à cultura e a sua origem, cria-se uma reputação que permite à agricultura familiar e, em particular, às agroindústrias familiares reconhecimento e compensações por elaborarem produtos diferenciados (Wilkinson; Mior, 1999; Gazolla, 2013; Cenci, 2022; Lauermann, 2023). Essas estratégias reforçam a importância da agricultura familiar e camponesa na promoção de produtos únicos, o que contribui para o fortalecimento de mercados alternativos e para o aumento da sustentabilidade econômica dos pequenos produtores, ao mesmo tempo que pode viabilizar o acesso de diferentes classes sociais a produtos territoriais de qualidade.

3.8 RELAÇÕES CONSTRUÍDAS ENTRE PRODUÇÃO E CONSUMO: O PAPEL DOS PRODUTORES E CONSUMIDORES NOS SISTEMAS ALIMENTARES

Maluf (2004) caracteriza as relações entre a agricultura familiar e os mercados por critérios espaciais, destacando dois tipos de vínculos prioritários: i) por cadeias integradas que atuam na escala nacional e internacional, envolvendo cooperativas de grande porte, corporações agroindustriais, indústria alimentar, intermediários mercantis e redes de supermercados; ii) por circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos, que podem ser integrados por cooperativas e associações de pequenos produtores organizados para processar e beneficiar matérias-primas agrícolas, mas também empreendimentos urbanos de pequeno porte, que realizam a transformação e distribuição. Apesar de situações intermediárias, no primeiro caso, a agricultura familiar pode se vincular por meio da integração ou acordos comerciais. Os produtos são matéria-prima (muitas vezes *commodities*) para as grandes corporações com a finalidade de serem transformados e exportados, mas também destinados para o varejo tradicional. No segundo caso, os mercados são formados no âmbito de regiões interioranas e no entorno urbano de pequenas e médias municipalidades. Compõem essa dinâmica as pequenas agroindústrias alimentares, pequenos supermercados, diversos varejos tradicionais

(armazéns, empórios, padarias, verdureiras/sacolões etc.), restaurantes, equipamentos de abastecimento (políticas públicas, feiras livres) e a venda direta aos consumidores realizada pelo próprio agricultor. Os produtos são diversificados e de cultivo tradicional na região, refletindo hábitos alimentares e a relação com recursos naturais, são artesanais e geralmente frescos (Maluf, 2004).

Apesar de Maluf (2004) destacar dois tipos de relações entre a agricultura familiar e os mercados baseadas em dois polos, existem situações em que a produção não se enquadra como *commodities* destinadas às grandes corporações, nem como produtos locais voltados para mercados regionais. Trata-se de um grupo intermediário de produtores que comercializam produtos genéricos, frequentemente destinadas às Centrais de Abastecimentos (CEASA), ou inseridos em políticas públicas, como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e a Política Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Esses produtos não podem ser classificados como *commodities*, nem tampouco como produtos territoriais. Nessa perspectiva, há que se considerar a existência de formas intermediárias, as quais foram se constituindo no processo de conversão de sistemas tradicionais através da integração das famílias agricultoras aos mercados.

As políticas públicas coordenadas pelo Estado podem representar uma perspectiva importante para conectar produção e consumo de alimentos mais saudáveis. A importância dessas políticas está em fornecer alimentos de qualidade ao invés de produtos processados ou industrializados. O PNAE, por exemplo, promove a segurança alimentar e nutricional por integrar o “componente alimentar, relacionado à produção, disponibilidade, comercialização e acesso ao alimento, e o componente nutricional, relacionado às práticas alimentares e ao estado de nutrição da população” (Triches; Schneider, 2010, p. 934). Segundo os autores, esses componentes promovem a aproximação entre a produção de pequenos agricultores familiares e o consumo, o que contribui para a reconexão da cadeia alimentar e fortalece a relação entre campo e cidade. Muitas vezes, os alimentos ofertados são de agricultores do próprio território, chegando frescos para o consumo. Essa política fortalece esse mercado ao desenvolver paladares para alimentos produzidos localmente, devido às suas características exclusivas e/ou valorizadas pelos ‘futuros’ consumidores (Triches; Schneider, 2010). Segundo Portilho (2009), o maior protagonismo dos consumidores surge a partir da sua politização e ambientalização do consumo. Isso significa que o consumo é uma arena permeada por conflitos de

valores e desejos, mas também por capacidades políticas e limitações socioeconômicas. Ou seja, o consumidor atribui responsabilidade ao seu comportamento de consumidor e isso inclui saber a origem do alimento, a forma como ele é produzido e quem o produziu.

Essa postura reflete uma crescente valorização das dimensões ética, social e ambiental envolvidas no ato de consumir. O alimento deixa de ser apenas uma mercadoria e passa a ser compreendido como portador de histórias, práticas e valores vinculados a territórios e modos de vida específicos. Nesse contexto, o ato de comprar se transforma também em uma escolha política, por meio da qual os consumidores podem apoiar práticas agrícolas mais sustentáveis, fortalecer economias locais e promover relações mais justas na cadeia alimentar.

Para Diaz-Méndez e García-Espejo (2016), as relações entre produtores e consumidores têm se tornado um ponto central na análise da cadeia agroalimentar, sobretudo diante da complexidade crescente e da ampliação dos intermediários no sistema alimentar. Segundo as autoras, a partir da aplicação da teoria ator-rede e dos estudos sobre redes agroalimentares alternativas, diversos autores mostram como novas formas de vínculo baseadas em confiança, justiça social e ética nas trocas têm emergido como resposta aos modelos convencionais dominados por grandes corporações. Essas redes buscam reequilibrar o poder na cadeia produtiva, valorizando o papel dos consumidores e propondo formatos mais justos e humanizados de produção e comercialização.

A relação de proximidade, confiança e reciprocidade entre produtor e consumidor adquire um papel central dentro da lógica dos mercados imersos, conforme discutido por Schneider, Almeida e Salvate (2022). Segundo os autores, a aproximação entre esses atores pode não apenas contribuir para superar barreiras de acesso aos mercados, mas também viabiliza a redução de custos e preços, especialmente, por meio da eliminação de intermediários. Esse diferencial, construído nas relações sociais e de confiança, preenche lacunas deixadas pelas falhas estruturais dos mercados convencionais. Ou seja, nesses contextos, a sociabilidade entre os agentes econômicos não é apenas um aspecto secundário, mas sim um componente essencial para o funcionamento e a resiliência dos sistemas alimentares alternativos. Os consumidores passam, portanto, a desempenhar um papel fundamental nessa dinâmica, contribuindo para a construção de novas convenções

de qualidade, frequentemente associadas a valores socioculturais e a atributos singulares de um território (Schneider, Almeida, Salvate; 2022).

Corroborando com essa formulação, Requier-Desjardins, Boucher e Cerdan (2006) afirmam que os alimentos carregam um valor simbólico, associado a tradições, cultura e identidade territorial. Por isso, a procedência do produto se torna um fator de diferenciação e credibilidade, influenciando diretamente a percepção do consumidor sobre sua qualidade. Dessa forma, nos mercados agroalimentares territoriais, o vínculo entre quem produz e quem consome é sustentado não apenas pela tecnologia e pelos processos produtivos, mas também pelo reconhecimento da autenticidade e das características únicas dos produtos de determinada região.

Na dimensão da “virada para a qualidade” agroalimentar (Goodman, 2003), as novas formas de interação entre produtores e consumidores de alimentos acabam transformando os mercados e alterando a própria essência das relações comerciais, às quais se somam questões envolvendo a segurança alimentar e nutricional e a sustentabilidade. Segundo Cassol, Salvate e Schneider (2016), foi a partir da introdução do conceito de “virada para a qualidade” (quality turn) de Goodman, que os estudos rurais passaram a focar mais na qualidade dos produtos, se desconectando um pouco da quantidade e produtividade. Essa qualidade enfatiza também características como origem, processo de produção e impacto ambiental. Os mercados começaram a ser analisados sob uma nova perspectiva que conecta de maneira mais direta as dimensões de produção e consumo. Em vez de serem apenas etapas isoladas do processo, produção e consumo são partes interligadas de uma rede de relações, onde as preferências dos consumidores influenciam diretamente em como e o que é produzido, e vice-versa. Nessa relação, os produtores podem valorizar aspectos específicos do território para atender as demandas dos consumidores.

Para Requier-Desjardins, Boucher e Cerdan (2006) o conhecimento do consumidor sobre os alimentos que consome pode influenciar sua percepção de qualidade. Esse conhecimento pode vir de sua própria experiência com a produção de alimentos ou ser adquirido por meio da confiança em outras pessoas que possuem esse saber. Isso porque a qualidade dos alimentos não é um atributo fixo, mas sim o resultado de um processo social de qualificação (Sonnino; Marsden, 2006). Esse processo é construído e negociado entre os diversos atores envolvidos, de modo que a qualidade é definida com base nos contextos específicos de produção e consumo. Diferentes padrões de qualidade e relações de poder econômico influenciam essa

construção, variando conforme as tradições culturais, estruturas organizacionais, percepções dos consumidores e o suporte político e institucional disponíveis (Cruz, 2012). Em outras palavras, a qualidade dos alimentos não depende apenas de critérios técnicos ou objetivos, mas também de fatores sociais, culturais e econômicos, atribuindo maior protagonismo aos consumidores. De forma complementar, Díaz-Méndez e García-Espejo (2016) ressaltam sobre a real capacidade das redes de produtores e consumidores se manterem como alternativas autônomas e resistentes ao mercado hegemônico, visto que fatores como preço, conveniência e acesso continuam influenciando fortemente os comportamentos de consumo, o que limita o alcance ideológico desses mercados.

No caso das agroindústrias familiares, o diferencial não está apenas no produto, mas nos atores, nas relações e na cultura local. Essa rede social de confiança, o saber-fazer tradicional e artesanal e a valorização de recursos territoriais são características distintivas de vantagem competitiva. Os mercados desses produtos tendem a se concentrar no próprio território, onde costumes, tradições e o reconhecimento de um produto local são valorizados, além da confiança pelo contato direto com o produtor (Lauermann, 2023).

A qualidade do alimento produzido, respaldado por relações de confiança mútua e de proximidade social entre produtores e consumidores, é um dos fatores que explica a atuação de agroindústrias familiares em mercados informais. É evidente que não apenas esse fator justifica a existência ou escolha de pequenas unidades de processamento agroalimentar pela informalidade. Considera-se também fatores como a autonomia das vendas pelos produtores; a necessidade de maiores investimentos acarretando maiores custos na produção e comercialização em mercados formais; os custos da formalização; a possibilidade de estabelecerem acordos informais de diferentes ordens com os consumidores; o fato da pequena escala tornar o empreendimento inviável com a formalização; incertezas quanto à sucessão familiar, das quais os responsáveis mais velhos preferem manter uma escala de produção compatível com suas condições de trabalho e com o nível de gestão que conseguem administrar (Lauermann, 2023; Cazella *et al.*, 2024).

Os canais criados para essa relação de troca informal ocorrem normalmente no local de processamento, na casa dos consumidores, feiras públicas e de maneira frequente, antecede a inserção da produção em mercados formais, quando assim o desejam. Nessa perspectiva, as agroindústrias familiares são reconhecidas pela

produção de alimentos diferenciados, geralmente ligados à tradição familiar e ao saber-fazer (Wilkinson; Mior, 1999). Seu diferencial está na forma com que seus produtos se carregam de história e cultura e como estabelecem a relação com a paisagem do seu território de origem. A reputação construída em mercados informais pode impulsionar a construção de novos mercados e canais de comercialização, nos quais os produtos padronizados e globalizados não são capazes de ocupar.

3.9 CONSIDERAÇÕES FINAIS DO CAPÍTULO 3

Neste capítulo buscou-se analisar a abordagem dos mercados e o processo de construção social, enquanto espaços coordenados entre os atores sociais, mas que se apresentam em disputa. Ao situar o espaço, segundo Schneider (2016), o debate sobre a (re)localização da produção alimentar, no qual mercados e agricultura familiar estão interligados, trouxe uma contribuição significativa para o crescente interesse nos estudos sobre a relação entre mercado e agricultura familiar.

Chamado por alguns autores de mercados territorializados imersos, esses resistem à homogeneização global ao se enraizarem profundamente em práticas sociais, culturais, econômicas e territoriais específicas (Cassol; Salvate; Schneider, 2016; Rover; Darolt, 2021). Em complemento, são construídos com base em redes de confiança, reciprocidade e proximidade entre produtores e consumidores, incorporando aspectos de interação social, territorial e cultural, além do compartilhamento de normas e valores dentro de um contexto local. Essa dinâmica fortalece os laços entre os atores envolvidos, promovendo uma relação mais integrada e sustentável entre produção e consumo (Rover; Darolt, 2021). Os mercados territoriais são uma importante expressão institucional da relação produtor-consumidor, onde se constroem convenções e atributos com indicação e valorização para a localidade e para os diferenciais do produto.

Ploeg (2016) chama a atenção para os “novos mercados”, que operam junto ou mesmo dentro dos grandes mercados agrícolas e de alimentos, com especificidades nas “suas dinâmicas, inter-relações, formas de governança, diferenciais de preço, mecanismos de distribuição e impacto geral” (p. 23). Ao contrário dos mercados hegemônicos, que operam com regras, normas e convenções formais, nem sempre evidenciando as estruturas sociais coletivas compartilhadas e as interações institucionalizadas, os mercados socialmente construídos nos territórios funcionam de

maneira mais dinâmica, nas quais há maior flexibilidade para alterar as regras no tempo. Nesses mercados, a interação social entre os agentes é contínua, envolvendo acordos e negociações para atender a uma diversidade de interesses (Cassol; Salvate; Schneider, 2016).

Ploeg (2016) menciona a diversidade de literaturas e estudos sobre cadeias alimentares que explicam as certas dinâmicas de desenvolvimento rural por meio de circuitos curtos e outras formas de distribuição que reduzem a distância entre produtores e consumidores. De forma complementar, Chiffolleau (2008) e Maréchal (2008) afirmam que os circuitos curtos não se limitam ao encurtamento das distâncias entre produção e consumo, nem implica que os circuitos longos possam ser substituídos. Pelo contrário, ambos os circuitos são complementares, uma vez que podem beneficiar diversos intermediários. No entanto, os circuitos curtos de comercialização, além de serem processos mais transparentes sobre a formação dos custos (origem e condições de produção), consideram aspectos particulares de relações construídas, de impactos social e ambiental (Chiffolleau, 2008).

Essa proximidade contribui com o fortalecimento dos mercados territoriais, promovendo não apenas o estabelecimento dos agricultores no meio rural, mas também a valorização de bens e serviços locais – o desenvolvimento territorial sustentável. Os produtos de qualidade podem estar vinculados a espaços de comercialização, como mercearias, restaurantes, festas culturais, agroturismo e outros. O fortalecimento do vínculo entre produtor e consumidor permite ao primeiro resgatar o sentimento de reconhecimento e valorização. Além disso, facilita a integração do feedback dos consumidores, o que frequentemente resulta em melhorias na qualidade e nas práticas produtivas, ao mesmo tempo que promove a educação sobre o paladar e questões ambientais (Chiffolleau, 2008).

Seguindo a tipologia dos mercados proposta por Schneider (2016) e o conceito de mercados imersos, Gazolla (2013), Cenci (2022) e Lauermann (2023) destacam em seus estudos que os mercados construídos pelas agroindústrias familiares são predominantemente de proximidade social, com venda direta ao consumidor final, intermediados por pequenos comerciantes locais ou de forma coletiva, por meio de organizações sociais, como cooperativas e associações de agricultores. Na dinâmica dos circuitos curtos, não apenas a distância percorrida da produção ao consumo ganha destaque, mas a relação próxima entre produtor e consumidor, onde os alimentos se inserem em um espaço geográfico, se constroem laços de confiança e

se conectam à imagem do território. De forma complementar, esses circuitos são consolidados pelas dinâmicas sociais, pelos processos territoriais de ocupação e de ações estratégicas dos agentes econômicos, assim como ações públicas e não apenas pela proximidade física (Maluf, 2004). No entanto, Maluf (2004) destaca o fato de que as iniciativas para destinar produtos diferenciados a mercados mais distantes ocorrem com cada vez mais frequência, a exemplo dos mercados de identificação geográfica e de orgânicos.

A construção de mercados visa ir além dos modelos tradicionais, fomentando o desenvolvimento de novos mercados agroalimentares. Ao fazer isso, eles não apenas abrem novas oportunidades para os pequenos agricultores e agroindústrias familiares, mas também trazem uma nova perspectiva sobre o desenvolvimento rural. Esse novo enfoque pode integrar as dimensões econômicas, sociais e ambientais, reforçando a importância da agricultura familiar, da preservação da cultura local e do fortalecimento das economias regionais. Assim, o desenvolvimento rural passa a ser visto não apenas como uma questão de produtividade, mas como um processo mais amplo de dinamização territorial, que leva em conta a sustentabilidade e a coesão social.

Embora se reconheça as relações positivas dos mercados territoriais, que aproximam produtores e consumidores promovendo relações baseadas em confiança e reciprocidade, não estão imunes a problemas como desigualdade, exploração e impacto ambiental. Cruz (2012) alerta para os riscos de idealizar o conceito de “local” e “alternativo”, uma vez que nem sempre a inclusão e a equidade se fazem presente. Em relação às interações sociais, já discutimos anteriormente as possíveis implicações negativas, como problemas de poder, desequilíbrios nas relações que requerem regulação para torná-las mais justas e harmoniosas. No que diz respeito à visão crítica do “local”, a revisão teórica conduzida por Cruz (2012) aponta que não há garantia de que esses mercados estejam livres de exploração, exclusão ou desigualdades nos ganhos entre os atores locais, nem de impactos ambientais negativos. Além disso, a romantização das redes alimentares alternativas se torna suscetível à apropriação por grandes corporações, que podem instrumentalizar seus “atributos” diferenciados em benefício próprio. A crítica de Cruz (2012) também se estende ao consumo, indicando que o acesso a produtos tende a ser restrito a um público privilegiado, o que contrasta com o ideal de justiça social e sustentabilidade que, muitas vezes, está associada ao “alternativo”. Assim, a atenção se volta para a

necessidade de evitar uma visão simplista ou idealizada dos mercados territoriais, reconhecendo suas potencialidades, mas também seus limites e contradições.

4 CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS E TERRITÓRIO DE PESQUISA

O presente capítulo marca uma inflexão na estrutura do trabalho, ao adotar uma abordagem mais integrada entre o referencial teórico e os elementos empíricos da pesquisa. Essa escolha metodológica é intencional e decorre da necessidade de articular, de modo integrado, as contribuições da literatura sobre desenvolvimento territorial e CBST com as evidências observadas no território da Serra Catarinense. Busca-se, assim, compreender os conceitos a partir das práticas e dinâmicas concretas do território, aproximando teoria e empiria na análise dos processos de ativação de recursos, construção de mercados e organização dos atores locais.

A primeira seção parte da abordagem territorial nos processos de desenvolvimento, refletindo sobre suas riquezas materiais e imateriais, que podem ser revelados e valorizados, ampliando o potencial de desenvolvimento para ações inusitadas e diferenciadas, que dificilmente podem ser replicadas tais quais em outros territórios. Os conceitos que permeiam o desenvolvimento, bem como suas dimensões, são discutidos à luz de um processo de valorização das relações sociais que propiciam a ativação de singularidades territoriais.

Na seção seguinte, a abordagem da CBST avança nesse domínio ao propor a articulação de iniciativas criadas em torno de bens e serviços com diferenciais de qualidade e saber-fazer, procurando estabelecer sinergias entre diferentes iniciativas. Para tanto, as ações dos coletivos de atores territoriais se orientam para a identificação e ativação de recursos territoriais específicos, materiais e imateriais, criando um cenário territorial único e de difícil transposição para outros territórios. Essa abordagem assume que os distintos mecanismos de diferenciação devem ser articulados de maneira sinérgica para converter o território em expressão de qualidade que sustenta o desenvolvimento sustentável, criando uma reputação que permite gerar renda superior ao obtido pelas iniciativas isoladas.

A terceira seção aborda o recorte geográfico da pesquisa, partindo do território dado (ou “concreto”). Trata-se da caracterização histórica e socioeconômica de construção do território da Serra Catarinense (físico + humano). Para tanto será destacada a visão geral do processo de ocupação e seus principais ciclos econômicos, a exemplo do tropeirismo, da pecuária extensiva e da exploração da floresta de araucária. De forma complementar serão descritos os grupos étnicos que

conformaram o território, evidenciando as influências culturais que marcaram a formação histórica do território. As características socioeconômicas da Serra Catarinense são influenciadas pela relação entre as atividades econômicas e de exploração do território, estruturada pela dominação exercida pelos colonizadores sobre os diferentes grupos étnicos permeados por processos de miscigenação.

Na penúltima seção, contextualizamos a implementação dos ciclos econômicos mais recentes, sobretudo na perspectiva do modelo hegemônico. Juntamente com os dados econômicos são destacados alguns aspectos sociais e de ocupação e uso da terra, a fim de discutir o processo atual de desenvolvimento que o território se encontra.

A quinta e última seção destaca os aspectos mais recentes da formação do território construído (ou “abstrato”) da Serra Catarinense, com contribuições dos atores locais: a Amures, o Cisama e o Centro Vianeí. De forma complementar à subseção anterior, apresenta-se as principais ações coletivas que buscam romper com o modelo dominante, sendo articuladas pelas organizações territoriais, destacando seus aspectos inovadores. De maneira mais específica, são analisadas as organizações territoriais que surgiram em um movimento contra hegemônico e as redes de relações às quais essas estão articuladas em ações inovadoras de desenvolvimento que valorizam bens e serviços territoriais com potencial de sinergia, à luz da abordagem da CBST.

Este capítulo buscou responder ao primeiro objetivo específico, articulando a abordagem dos sistemas agroalimentares e dos mercados territoriais ao referencial teórico-metodológico da CBST, com vistas a compreender iniciativas de promoção do desenvolvimento territorial sustentável. Para tanto busca-se evidenciar dinâmicas de inovação social e econômica ancoradas no território, valorizando recursos territoriais e a construção social de mercados. Em complemento, é descrito o contexto socioeconômico e ambiental do território pesquisado, caracterizado pelo segundo objetivo específico. São apresentados também, mecanismos de mobilização de recursos territoriais na Serra Catarinense tendo as agroindústrias familiares como universo empírico a ser analisado no capítulo seguinte.

4.1 A ABORDAGEM TERRITORIAL NOS PROCESSOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

No contexto pós-fordista, a abordagem territorial foi uma das teorias a ganhar força, ao se contrapor às ações descendentes de origem centralizada concebidas por atores e agências externas. A inovação consiste em pensar o desenvolvimento a partir do local, do endógeno, procurando atividades econômicas ancoradas e concebidas pelos atores territoriais (Pecqueur, 2024b). Para oferecer base a essa formulação, Pecqueur (2005; 2024b) diferencia o território em: a) um espaço físico “dado” ou “concreto”; b) em relações “construídas” (ou “abstratas”) com base nos aspectos sociais, culturais e econômicos. Para o autor, o território dado é o espaço físico que já existe e é visto apenas como um suporte, geralmente correspondente a divisões administrativas como regiões, distritos ou províncias. Já o território construído é criado pelas ações dos atores locais e, portanto, tem caráter provisório. Ele não existe de antemão, mas é identificado depois que essas interações acontecem (Pecqueur, 2005). Isso significa que nem todo espaço é um território construído, já que alguns lugares seguem apenas regras externas de localização e não têm esse caráter construído. Em resumo, o território dado é o espaço físico ou “região” e o território construído é o resultado das relações sociais e econômicas que acontecem nesse espaço, oferecendo uma visão inovadora sobre desenvolvimento territorial, com potencial para orientar a valorização de recursos territoriais específicos. Pecqueur (2024b, p.7) menciona que essas duas facetas dos territórios estão interligadas e devem ser combinadas, pois enquanto “o território concreto é um quadro passivo para a ação cidadã, o território abstrato é um espaço de ação proativa”⁵⁴.

As abordagens iniciais que mobilizaram os conceitos de local ou região foram, com o aprofundamento das análises, sendo substituídas pelo conceito de território, este passa a ser visto como um ecossistema integrado de construções sociais, econômicas e culturais, formadas pela interação de diversos atores e relações de poder, gerando identidades⁵⁵ e coesões únicas (Cazella *et al.*, 2024; Pecqueur,

⁵⁴ Segundo essa distinção, é importante considerar que a delimitação de um território dado contém elementos construídos pelos atores quando da sua criação. Contudo, o caráter transitório das relações e a possibilidade de emergir problemas distintos ao longo do tempo faz com que a delimitação geográfica possa deixar de representar a existência de vínculos sociais. Nessa direção, é possível que sobre um mesmo território dado existam atores participando de diferentes territórios construídos. Contudo, para o desenvolvimento territorial sustentável, a articulação dessas relações e associação com o território físico tende a facilitar o reconhecimento pelos atores (locais e externos).

⁵⁵ A noção de identidade territorial é discutida por Delgado e Leite (2011) no contexto da formação da Secretaria de Desenvolvimento Territorial (SDT), ocorrida em 2003, durante o primeiro governo Lula. Essa noção foi aplicada à política brasileira de construção de estratégias de desenvolvimento que consideravam as especificidades locais e o protagonismo das comunidades envolvidas. Para os autores, a noção de identidade também se refere à dimensão “cultural”. Nesse sentido “a construção

2024a). O conceito de território adotado oficialmente pelas políticas de desenvolvimento territorial para o meio rural brasileiro diz respeito a:

(...) um espaço físico, geograficamente definido, geralmente contínuo, compreendendo a cidade e o campo, caracterizado por critérios multidimensionais, tais como o ambiente, a economia, a sociedade, a cultura, a política e as instituições e uma população com grupos sociais relativamente distintos, que se relacionam interna e externamente por meio de processos específicos, onde se pode distinguir um ou mais elementos que indicam identidade e coesão social, cultural e territorial (Brasil, MDA/SDT, 2005).

Essa visão reflete a compreensão de que o território é um espaço vivo, moldado pelas interações entre diferentes atores, como produtores, consumidores, organizações sociais e políticas, e pelas relações de poder estabelecidas entre eles. A abordagem de Colletis e Pecqueur (2018) ampliam essa concepção ao evidenciar que o território rural é também um espaço de interação e inovação social e não apenas de produção agropecuária. O território, portanto, é uma construção social, resultado das interações e das ações coletivas (Benko; Pecqueur, 2001; Pecqueur, 2024a).

A construção de uma imagem específica associada a um território surge do inventário criativo dos recursos e ativos presentes em um determinado espaço geográfico. Os recursos representam potencialidades ainda não reveladas, ou que são sub exploradas, mas com potencial para serem transformados em ativos a partir da vontade e da ação de atores sociais. Já os ativos são aqueles elementos que passam a ser explorados e valorizados no mercado. A ativação pode ser indireta, como no caso do patrimônio natural, que agrega valor ao território por meio da criação de oportunidades que favorecem produtos e serviços (Pecqueur, 2005; Cazella *et al.*, 2020). Nesse processo de ativação, o recurso não deve ser explorado no sentido de exaurir, mas sim de o valorizar de forma que seu uso seja sustentável. Mesmo ativos já amplamente mobilizados podem continuar a ser otimizados, sendo a inovação uma forma de valorizá-los (Hirczak *et al.*, 2008). Essa inovação não precisa ser tecnológica, no sentido estrito, mas pode envolver novas formas de uso, transformação, organização, comunicação ou articulação entre atores. Por exemplo, o pinhão é um ativo territorial já amplamente mobilizado na Serra Catarinense. Sua inovação pode ocorrer pelo desenvolvimento de novos produtos processados (farinhas, doces, bebidas fermentadas, massas, biscoitos etc.), o qual já vem sendo feito; pela

dessa identidade é atributo de alguns territórios, mas não de todos". Outra forma de criar identidade territorial é através das inovações, como signos distintivos que remetem a uma especificidade territorial, que será aprofundada em seção mais à frente.

valorização da origem territorial por meio de marcas coletivas, selos de qualidade ou narrativas de identidade local; mas também pela criação de novos canais de comercialização por produtores e agroindústrias, como feiras, turismo rural, ou vendas diretas.

Segundo Colletis e Pecqueur (2018), a dinâmica de desenvolvimento econômico territorial se fortalece quando da especificação dos recursos e ativos. Essa qualificação como genéricos ou específicos se dá em função do grau de especificidade que apresentam em relação a outros territórios. Genéricos são comuns em diferentes territórios, ou o seu valor é independente do processo de produção. Enquanto o caráter específico é atribuído quando se trata de algo próprio de um território, sendo de difícil transferência, ou seu valor é totalmente dependente dos processos de produção (Pecqueur, 2005; Colletis; Pecqueur, 2018; Tecchio *et al.*, 2021). Contudo, os atores podem atuar sobre o ativo genérico com vistas a enriquecê-lo de valor no contexto territorial, seja pelo saber fazer local, pela cultura ou pela história do território.

Quando fatores geográficos e culturais tem interferência no valor do que é produzido, é possível adjetivar o recurso de territorial, dada sua especificidade (Colletis; Pecqueur, 2018; Pecqueur, 2024b). Em outras palavras, o específico carrega a história do lugar onde é produzido, seja pelas características determinantes da sua origem ou porque sua transformação implica num conhecimento específico. Tais recursos podem ser ativados via inserção no mercado, devido ao seu caráter intransferível ou alto custo de replicação.

Ao considerar o caráter dinâmico da relação homem-natureza, é possível moldar as características do bem ou serviço ao longo do tempo, seja por mudanças ambientais ou via ações humanas. Isso distingue território de *terroir* que, apesar de serem correspondentes, permite que o segundo contribua de alguma forma para revelar o primeiro (Colletis; Pecqueur, 2018). Ou seja, *terroir* resulta de fatores naturais e sua ativação e conversão em recurso territorial ocorre pela ação dos atores (território construído). Enquanto o território é um espaço habitado e de construção pelos atores sociais que buscam um projeto de desenvolvimento, podendo extrapolar divisões político-administrativa,

A noção de construção territorial ganha destaque a partir dos anos 1990, com as contribuições pioneiras de Colletis e Pecqueur, que enfatizam a o aproveitamento das potencialidades locais como elemento central para o desenvolvimento rural

(Cazella *et al.*, 2024). Para Pecqueur (2024a), o rompimento entre os agricultores e seus territórios, que ele denomina desterritorialização, é uma das consequências do modelo produtivista. A solução, segundo ele, está na reterritorialização, que reconecta produção, consumo e o ambiente envolvente.

Do ponto de vista conceitual, o desenvolvimento territorial representa um avanço em relação ao enfoque produtivo setorial, ao integrar dimensões sociais e culturais ao econômico (Pecqueur, 2024a). Ele envolve um processo dinâmico, sem receitas prontas, onde os atores locais devem adotar multiestratégias para resolver problemas comuns identificados coletivamente (Pecqueur, 2005). Essa mobilização de atores sociais fortalece o sentimento de pertencimento e compromisso, ao mesmo tempo em que enriquece as soluções com saberes locais que refletem as particularidades de cada território (Carrière; Cazella, 2006). No entanto, esse processo colaborativo está longe de ser linear ou isento de desafios. As tensões que emergem revelam o caráter dinâmico do território, onde decisões e reconfigurações constantes trazem à tona novas necessidades e demandas. Assim, essa não pode ser confundida com a perspectiva do “desenvolvimento local”, que se limita a uma análise de escalas espaciais (Pecqueur, 2024a). Embora a escala local seja essencial para entender particularidades, essa pode negligenciar questões estruturais mais amplas. Ao focar apenas nas dimensões geográficas ou espaciais, perde-se de vista a complexidade das dinâmicas sociais, culturais, políticas, econômicas e ambientais que constituem o desenvolvimento em um território.

A valorização das diferenças territoriais é fundamental para o desenvolvimento sustentável, pois se contrapõe à homogeneização globalizante, aproveitando as singularidades locais (Lauermann, 2023). Para que isso ocorra, é necessário o engajamento ativo da sociedade civil e do Estado, em uma governança territorial que contemple a diversidade social. O acordo internacional liderado pelas Nações Unidas, conhecido como Agenda 2030 e representado pelos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), estabelecidos em 2015, também destaca o território como um campo essencial para a implementação de estratégias e ações. Nessa perspectiva, 78% das metas estabelecidas partem ou são dependentes do espaço rural e buscam unificar a agenda ambiental e as discussões sobre o desenvolvimento humano (Valencia Perafán *et al.*, 2022).

O reconhecimento do território como um ativo estratégico tem gerado diversas oportunidades econômicas, especialmente, via mercados territoriais, que valorizam

produtos diferenciados por sua origem, história, cultura e tradições locais. Essa valorização impulsiona estratégias de marketing territorial, que fortalecem o vínculo entre produtos e seu contexto de produção, criando apelo identitário para consumidores. Isso é particularmente relevante para mercados agroalimentares, onde a autenticidade e a sustentabilidade se tornaram prioridades. Além disso, essa forma de marketing contribui para o desenvolvimento econômico, promovendo o reconhecimento e valorização de produtos típicos, ao mesmo tempo em que fortalece a identidade cultural.

A construção do desenvolvimento territorial sustentável exige inovação no processo de valorização de recursos territoriais específicos. O território é um espaço vivo, onde costumes, tradições e o reconhecimento de um produto ou serviço local são valorizados e as relações sociais de proximidade, confiança e solidariedade entre produtor e consumidor são construídas (Lauermann; Capellesso; Gazolla, 2022). O referencial da Cesta de Bens e Serviços Territoriais amplia essa perspectiva, ao buscar sinergias entre iniciativas locais articuladas por organizações territoriais em torno de uma coleção de produtos e serviços específicos e de qualidade.

4.2 O REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO DA CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS

O estudo pioneiro sobre a CBST foi conduzido no território de Baronnies, uma região montanhosa no Sul da França, onde atores rurais, excluídos do modelo globalizante, criaram estratégias baseadas em diferenciação e cooperação para promover o desenvolvimento territorial. Além de destacar a mobilização dos diferenciais de qualidade para a valorização de produtos e serviços territoriais, as pesquisas evidenciaram a sinergia gerada entre diferentes iniciativas. Esse esforço coletivo e simultâneo faz com que o sucesso de uma experiência, seja de produto ou serviço, ajude a impulsionar outras ações coletivas, contribuindo para a construção de uma imagem positiva do território. Ao superar a visão de diferenciação territorial em torno de um produto ou serviço, a abordagem da CBST é um modelo de análise que contempla distintos mecanismos de diferenciação de um território por iniciativa de seus atores, com destaque para a sinergia entre recursos territoriais específicos, materiais e imateriais, que permite formular possibilidades inovadoras de desenvolvimento territorial sustentável (Pecqueur, 2005; Hirczak *et al.*, 2008).

Os mecanismos de diferenciação estão associados ao saber-fazer, à cultura e à paisagem natural, com reconhecimento e iniciativa de atores territoriais públicos, privados e associativos. Desde as primeiras formulações, o enfoque da CBST enfatiza que “os territórios oferecem recursos específicos, intransferíveis e incomparáveis no mercado” (Benko; Pecqueur, 2001, p. 31). Assim, “quando esse processo de valorização ocorre a partir de recursos territoriais específicos, emerge uma dinâmica de diferenciação territorial” (Cazella, 2006, p. 231). Embora existam diferentes referenciais que dão centralidade aos atributos distintivos de produtos e serviços, bem como as relações sociais envolvidas com o tema, o enfoque da CBST representa uma alternativa para identificar e valorizar de forma articulada recursos territoriais.

Ao valorizar e sustentar-se na especificidade, torna-se impossível ou inviável deslocar o recurso sem que se altere as características que garantem sua singularidade. Essa valorização da diversidade é compatível com, ou exige, o desenho de sistemas de produção que permitam a conservação dos recursos que o sustentam, bem como de outros elementos que abrem possibilidades futuras. A formulação teórica enfatiza os benefícios de encontrar diferenciais específicos de produtos e serviços portadores de qualidades únicas. No entanto, a especificidade associada a um determinado território ou a um saber-fazer pode conferir singularidade e diferenciação de determinado produto, mas não garante, por si só, a inclusão social nem protagonismo dos produtores locais na dinâmica dos mercados. Experiências como a do açaí, produto com Indicação Geográfica em territórios amazônicos, evidenciam que, embora o selo possa impulsionar a gestão sustentável, reconhecimento cultural e valorizar economicamente o produto, beneficiando produtores com acesso a mercados distantes, há riscos associado à apropriação por agentes externos ao território (empresas processadoras, intermediários ou cadeias de distribuição). Nesses casos, a IG pode contribuir para elevação dos preços locais e a reprodução de desigualdades, restringindo o acesso ao consumo de grupos que historicamente dependem do fruto como base alimentar, como comunidades ribeirinhas de baixa renda. Estudos sobre a valorização do açaí nas comunidades agroextrativistas do estuário amazônico indicam que a crescente demanda e a intensificação das práticas de produção têm transformado modos de vida tradicionais, com impactos tanto positivos quanto desafiadores no cotidiano dessas populações (Ribeiro do Rosário; Monteiro Filocrão, 2024). Nesse sentido, o que garante a perpetuação da singularidade não é apenas o reconhecimento formal da origem, mas

de formas de governança territorial participativas, que mantenham o controle dos produtores sobre os processos de valorização, reforçando a proximidade entre produção e consumo e assegurando a repartição justa dos benefícios no território.

Para Colletis e Pecqueur (2018), a alta atratividade de um produto é fundamentada na construção de recursos pelos atores a partir dos potenciais mobilizados pelo território. Em outras palavras, os autores enfatizam que a atratividade de um produto não surge apenas de suas características intrínsecas, mas de uma construção social e territorial. Nesse contexto, os atores locais mobilizam os recursos específicos do território, como saberes tradicionais, práticas culturais, infraestrutura e elementos naturais, que devem ser reconhecidos pela sociedade para agregar valor ao produto. Para os autores, essa construção é sustentada e favorecida por uma tripla proximidade: geográfica, organizacional e institucional (Colletis; Pecqueur, 2018). A proximidade geográfica se refere à localização física e ao vínculo dos atores e dos recursos no território, valorizando a identidade e reduzindo barreiras logísticas. A proximidade organizacional são as relações entre os atores, que se traduzem em redes colaborativas que fortalecem a capacidade de produção e inovação. Já a proximidade institucional diz respeito às normas, valores e regras que legitimam a produção no território e o reconhecimento pelos consumidores.

Para que uma CBST seja robusta, os produtos precisam se destacar pela qualidade e pelo vínculo com a história do território. Desde as primeiras formulações, a CBST mobiliza conceitos que deram base ao desenvolvimento territorial, ao enfatizar que “os territórios oferecem recursos específicos, intransferíveis e incomparáveis no mercado” (Benko; Pecqueur, 2001). A história e a cultura de um lugar contribuem para a criação de valor, influenciando tanto a formação quanto a metamorfose dos recursos territoriais (Colletis; Pecqueur, 2018). Captar essa noção de metamorfose de recursos para ativos específicos é compreender o território e suas características e promover sua construção social (Cazella *et al.*, 2020).

Essa transformação de um recurso em ativo específico é resultado das estratégias dos atores sociais e está intrinsecamente vinculada à construção social do território, permitindo que ocorra uma co-produção de conhecimentos sobre o território de maneira coletiva. No caso da CBST, destaca-se que um produto com especificidade pode emprestar sua reputação a outros, ou ser ativada (remunerada) via outras iniciativas, mesmo que ligadas a ativos genéricos. Trata-se, portanto, de revelar o diferencial que está presente no território, sendo realizado de maneira que

nenhum outro território saiba ou possa reproduzir, assim como nenhum outro é capaz de fazer diferente e melhor (Cazella *et al.*, 2020). Um dos desafios consiste em valorizar o potencial do território, ou os “recursos escondidos”, na busca do desenvolvimento territorial (Pecqueur, 2005). Colletis e Pecqueur (2018) destacam que, sem um contexto específico de governança territorial e de política pública, o recurso não pode se territorializar. Um recurso territorial não precede ao território, mas se constrói com e no território.

A governança territorial implica no envolvimento dos atores públicos, privados e associativos e corresponde a um elemento fundamental para criar a sinergia da cesta. Em outras palavras, trata-se de um modelo de coordenação entre atores que busca integrar os mecanismos produtivos e institucionais, considerando tanto as dimensões locais — proximidade geográfica e organizacional — quanto a relação com o contexto global (Pecqueur, 2005). Contudo, a governança territorial foca na coordenação de atores que estão inseridos no território construído. Além disso, é um componente central na sustentabilidade de projetos de desenvolvimento e, para tanto, arbitra diferentes interesses, dentro de um espaço geográfico específico. Esse é, portanto, um fator relevante para que a governança não seja composta apenas de determinados grupos, mas que seja diversa e representativa. Essas características são fundamentais para permitir que diferentes vozes e perspectivas sejam consideradas no processo de decisão. Isso significa envolver uma ampla gama de atores sociais, como comunidades locais, agricultores, organizações não governamentais, empresas, instituições de pesquisa e governo, cada um trazendo suas experiências, interesses e conhecimentos específicos. Assim, quanto mais diversos os atores envolvidos, a governança territorial contribui para uma maior legitimidade, justiça e equilíbrio na tomada de decisões.

A presença de redes de atores locais articuladas a estratégias de valorização de recursos territoriais específicos pode gerar um padrão diferenciado de renda, denominado Renda de Qualidade Territorial (RQT) (Pecqueur, 2001; Mollard, 2001; Carrière; Cazella, 2006;). Essa renda resulta das estratégias de produtores e prestadores de serviço ao articular a renda territorial (do lado da oferta) com a renda de qualidade (do lado da demanda) (Mollard, 2001). Hirczak *et al.* (2008) corrobora que a construção do conceito de RQT se justifica pela convergência e complementaridade existente entre qualidade e território. Na abordagem pela qualidade, os autores destacam dois pontos principais: i) o processo de qualificação

de bens e serviços complementares (a cesta), que promove a diferenciação e cria novos mercados rejeitados pela produção genérica; ii) e a crescente preferência dos consumidores por produtos e serviços de qualidade e específicos, que se intensifica frente aos impactos negativos da industrialização (Hirczak *et al.*, 2008). Portanto, a RQT gerada não se refere apenas a uma demanda, mas se reflete na disposição dos consumidores em pagar por produtos que carregam atributos diferenciados e vinculados ao ambiente e à identidade territorial (Pecqueur, 2006; 2024a). Isso significa que a análise da renda não está somente nas estratégias e nos processos de inovação dos atores, mas na percepção dos consumidores sobre a qualidade diferenciada que justifique o valor adicional desses produtos.

Embora a CBST tenha se originado na França, os estudos sobre recursos territoriais como oportunidades para promover o desenvolvimento territorial no Brasil adquirem especificidades próprias. Na formulação original, Pecqueur (2001) e Mollard (2001) afirmam que a RQT só é gerada a partir da disponibilidade do consumidor em pagar preços mais elevados. No entanto, ao adaptar o enfoque da CBST para a realidade brasileira, defendemos a tese de que é possível gerar RQT sem, necessariamente, elevar os preços pagos pelos consumidores.

Além da possibilidade de obtenção de uma RQT pelo aumento dos preços, Cazella *et al.* (2020) sugerem uma estratégia alternativa: o aumento do volume de venda dos produtos e serviços territoriais, fazendo com que equilibre melhor o preço e o acesso para os consumidores locais. Essa proposta se deve ao fato dos preços de produtos e serviços territoriais de qualidade representarem o grande desafio da aplicação dessa abordagem para as realidades nas quais as desigualdades sociais estão presentes de forma acentuada. Em outras palavras, não se trata de gerar renda de qualidade apenas para atender uma parcela de consumidores, dos quais muitos são turistas. A inclusão social deve considerar o consumidor local, que apresenta renda insuficiente para adquirir bens e serviços no contexto de nicho de elevado preço. Políticas públicas como o PNAE podem contribuir para conectar a produção local à demanda institucional, garantindo escoamento regular da produção, inclusão econômica dos agricultores familiares e acesso da população a alimentos saudáveis e culturalmente referenciados. Assim, a inclusão não se limita à produção, mas abrange a construção de mercados territoriais acessíveis e socialmente justos.

Enquanto, na França, a abordagem se consolidou no fortalecimento de produtos com indicação geográfica, no Brasil, como aponta Pecqueur (2022), o

desafio é mais amplo: envolve superar dificuldades estruturais da agricultura familiar e valorizar recursos locais, como paisagens, cultura e saberes, para gerar renda em contextos em que o acesso a investimentos e a integração ao mercado são mais limitados. Neste contexto, Ramos *et al.* (2024), analisaram as possibilidades de geração desse tipo de renda em territórios rurais brasileiros, destacando a Serra Catarinense como um caso de grande potencial devido à oferta heterogênea de produtos e serviços de qualidade. Além disso, apontam que essa renda pode ser ampliada por meio da comercialização em mercados territoriais.

As propostas de ações para o desenvolvimento devem incluir a sociedade local no processo, não apenas na concepção e execução de projetos, mas enquanto participantes, inclusive na condição de consumidores. Para Pecqueur (2024b), o baixo poder de compra deprime a demanda e, portanto, tende a limitar as possibilidades de gerar renda de qualidade territorial. Na medida que se propõe a CBST como base para um modelo de desenvolvimento territorial sustentável, a geração de RQT deve ser compatível com o acesso ao maior número possível da sociedade local. No entanto, como é possível criar oportunidades de renda para quem produz ou presta um serviço diferenciado, ao mesmo tempo que também cria oportunidades para quem os acessa? Apesar da dificuldade de contemplar atores envolvidos na produção e consumo, a geração da RQT pode contribuir com a inclusão de muitos atores e viabilidade de muitos sistemas diferenciados.

A RQT, obtida a partir da comercialização de produtos e serviços de qualidade superior, deve ser fruto de uma construção ativa pelos próprios atores, que agregam valor ao destacar a especificidade dos recursos associados ao território. Quando os atores conseguem gerar articulação na oferta de bens e serviços, surge o chamado “efeito cesta”, que se manifesta quando o consumidor, ao adquirir um produto de qualidade territorial, é atraído a consumir outros bens ou serviços vinculados ao mesmo território. Para Pecqueur (2006), o “efeito cesta” é a ferramenta ideal para analisar a obtenção de uma renda de qualidade territorial. Esse efeito representa não apenas a qualidade intrínseca ao produto ou serviço, mas a combinação e interação de múltiplos recursos e especificidades territoriais, como saberes tradicionais, práticas culturais e condições ambientais únicas, que, juntos, resultam em uma valorização territorial dos produtos e serviços, criando uma renda qualitativamente diferenciada. O “efeito cesta” permite observar e analisar como as particularidades do território que, quando bem articuladas, promovem a valorização dos recursos específicos, tornando-

se uma ferramenta prática para entender como as particularidades de um território podem ser aproveitadas.

O “efeito cesta” pode aparecer em situações reais que não necessariamente correspondem ao modelo ideal de análise da CBST. Os estudos realizados por Hirczak *et al.* (2008) permitiram a formulação de quatro tipologias de cesta, a saber: (a) CBST tipo ideal; (b) híbrida; (c) top-down; e (d) iniciativas justapostas. O modelo da cesta do “tipo ideal” tem o caso de Baronnies como referência, mas também foi observado em outros territórios. O diferencial de preços com potencial de gerar renda a partir de produtos específicos do território, que carregam características próprias do lugar, mas também do saber-fazer, é fortalecido por outras iniciativas. Soma-se a isso as paisagens singulares em ações coordenadas por atores territoriais, que constroem uma imagem positiva do território. Esse conjunto de fatores é o que garante o “efeito cesta”. Já a cesta híbrida é caracterizada pela combinação de sistemas produtivos genéricos e especializados com sistemas de qualidade territorial. É o caso, por exemplo, de produtos tradicionais que coexistem com produtos convencionais globalizados. Sua principal fragilidade está na falta de governança entre os atores, já que estas duas lógicas não buscam a interação. No modelo top-down, as ações são dominadas por atores públicos, gerando desequilíbrios entre os diferentes agentes territoriais. Já no modelo de iniciativas justapostas, as ações são mais dispersas e quase não há coordenação entre os atores públicos, privados e associativos, inviabilizando a valorização conjunta de bens e serviços do território (Hirczak *et al.*, 2008).

De certa forma, utilizando a abordagem da CBST no estudo de Baronnies, foi identificado uma renda de qualidade territorial relacionada a bens e serviços que eram ofertados de forma articulada. Associada a um incremento no valor dos produtos territoriais (azeite de oliva e lavanda) pago por turistas, o modelo de cesta apresentava uma governança muito bem articulada e com forte contribuição para o desenvolvimento territorial.

É relevante destacar que, no contexto brasileiro, a adaptação do referencial teórico da CBST não se limita apenas à criação de uma renda de qualidade territorial. Isso porque esse referencial, quando aplicado a contextos sociais com maior desigualdade, pode permitir o fortalecimento e construção de novas relações, não se limitando ao desenvolvimento econômico, como discutido anteriormente. Essas novas relações, quanto mais próximas ou diretas, beneficiam produtores e consumidores

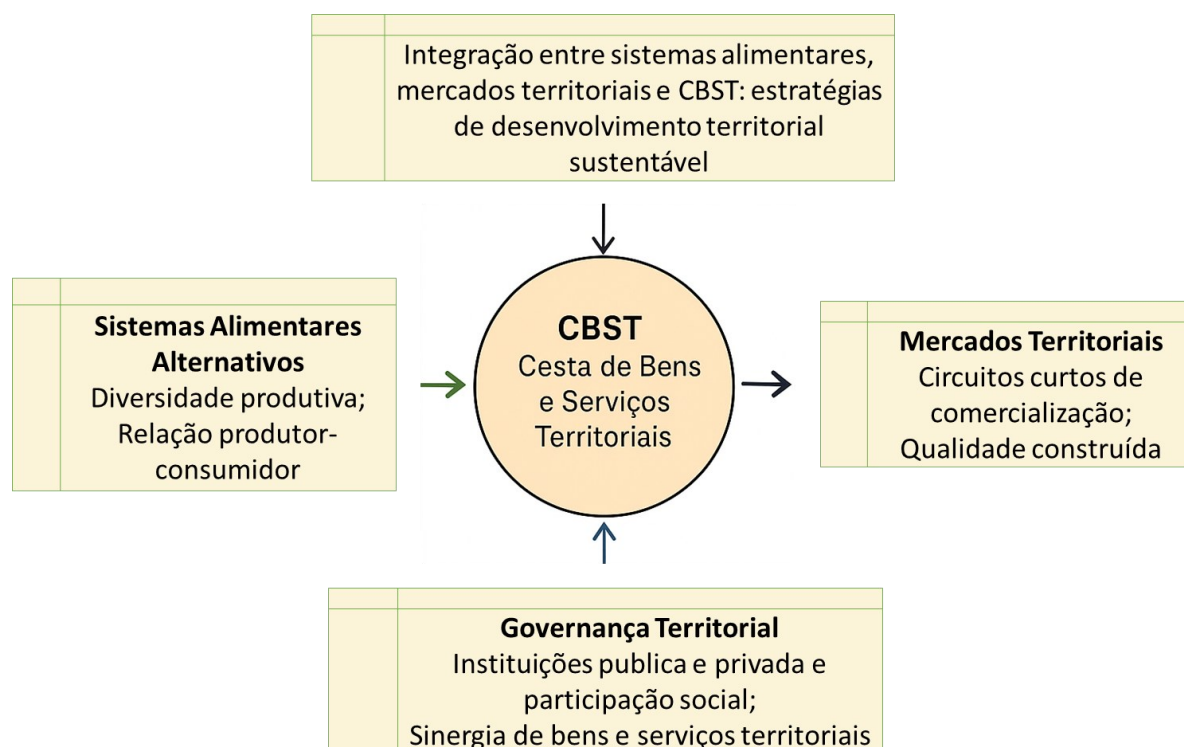
territoriais, promovendo renda, mas também o fortalecimento da confiança, solidariedade e cooperação, inovação social, valorização de recursos territoriais e estímulo ao consumo consciente.

Nos próximos capítulos desta tese, demonstra-se que as AIF cumprem, em certa medida, o papel de ampliar o acesso a produtos de qualidade por uma parcela mais expressiva da população territorial. Em resumo, relações sociais mais próximas promovem coesão, resiliência e desenvolvimento sustentável, conectando pessoas em torno de interesses e valores comuns. Outro aspecto relevante é reconhecer a importância em mobilizar um modelo de recursos específicos, o qual representa uma inflexão em direção às estratégias de adaptação aos desafios sociais e ambientais em curso (Pecqueur, 2024b). Essas ações, além de se complementarem, podem ser articuladas de forma integrada para fortalecer estratégias de desenvolvimento.

Em se tratando de produtos alimentares, essa construção pode ocorrer por canais de comercialização que aproximem os consumidores dos produtores territoriais, favorecendo a venda daqueles que carregam a identidade do território, como características culturais, ambientais e saberes tradicionais. No entanto, para que esses produtos alcancem o mercado é essencial que os produtores utilizem estratégias inovadoras, articulando outros produtos e serviços. Eles precisam adotar modos de apresentar e comercializar esses produtos de maneira atrativa e acessível, construindo mercados que destacam o valor único de seus produtos, os quais não são encontrados em produtos convencionais. Essas inovações vão desde abordagens de comercialização, até a criação de identidades, como selos de certificação, marcas coletivas e parcerias para comercialização. Essas formas de imprimir qualidade aos produtos partem de acordos coletivos que permitem o reconhecimento social a atributos que são identificados em mercados em que a organização se faz presente (Abramovay, 2004).

A figura 5 a seguir sintetiza a articulação entre os referenciais teóricos e metodológicos que orientam esta pesquisa, integrando a abordagem dos sistemas agroalimentares, dos mercados territoriais e da Cesta de Bens e Serviços Territoriais CBST. O esquema evidencia como essas três perspectivas se interconectam, destacando a importância das relações entre produção, consumo, políticas públicas e governança local na construção de sistemas alimentares enraizados nos territórios.

Figura 6- Articulação entre Sistemas Alimentares Alternativos, Mercados Territoriais e a Cesta de Bens e Serviços Territoriais



Fonte: elaboração própria, 2025.

4.3 A COLONIZAÇÃO DA SERRA CATARINENSE: ASPECTOS DA HISTÓRIA ECONÔMICA E SOCIOCULTURAL

A identificação da população do território, quanto a suas origens e a forma como se construíram as relações sociais, é fundamental para compreender o cenário e a dinâmica social atual da Serra Catarinense. Os povos originários da Serra Catarinense são os indígenas Xokleng⁵⁶ e Kaingang. Quando eram os principais ocupantes da região serrana, havia o predomínio de campos naturais com florestas de araucárias que, durante o inverno, forneciam o pinhão, o qual é um importante produto alimentar até os dias atuais. No final do século XVIII, a coroa portuguesa promoveu a conquista

⁵⁶ A denominação Xokleng, também chamados de Botocudos e Aweicoma Xocrén, representa uma classificação elaborada de fora, sendo que eles se autodenominam Lakanõ (gente do sol ou gente ligeira). Esse povo, assim como os Kaingang, tinha um modo de vida caçador-coletor, com menor presença de práticas agrícolas que os Guaranis, etnia também presente no estado de Santa Catarina, porém, predominantemente na faixa litorânea. O modo de vida dependente de caça e coleta impelia os Xokleng a ocuparem grande extensão territorial.

e a incorporação de novos atores no povoamento desse território por meio de expedições. Contudo, a colonização enfrentou resistência dos Xokleng e Kaingang, em razão de ser um grupo seminômade, sem tradições de trabalhos agrícolas (Santos, 1973). Essas populações indígenas mantinham formas de vida baseadas na caça, pesca e coleta, o que conflitava com os interesses coloniais de ocupação territorial e implantação de atividades produtivas, como a pecuária e, mais tarde, a agricultura. Entre as atividades dos povos originários estava a extração da erva-mate, um costume herdado do povo Guarani⁵⁷. Planta nativa da mata atlântica e de ocorrência natural em algumas localidades de Santa Catarina, a erva começou a ser explorada comercialmente durante o período colonial, com a chegada dos europeus.

A bovinocultura de corte se integrou ao projeto colonizador português, na época, voltada à exploração do ouro em Minas Gerais. Diante da crescente demanda de animais para o trabalho, alimentos e outros mantimentos, passou-se a utilizar o caminho pela serra, onde hoje se localiza o município de Lages, seguindo por territórios paranaenses e paulistas. O “caminho das tropas” permitiu que, aos poucos, os locais de pouso passassem a ser locais de habitação, formando povoados e cidades. Além disso, Lages se transformou em um ponto estratégico de defesa contra possíveis “invasões” espanholas, que tinham como objetivo assegurar o domínio das terras da região, as quais lhe pertenceriam segundo o Tratado de Tordesilhas (SEBRAE; CISAMA; AMURES, 2021).

A partir da década de 1720, fazendas de criações de gado começaram a se estabelecer no território resultando na fundação da Vila de Nossa Senhora dos Prazeres de Lages, ocorrida em maio de 1771. Essa era também uma estratégia de ocupação, na qual os tropeiros vindos do Rio Grande do Sul e de São Paulo assumiam a posse de terras, determinando a estrutura fundiária e a economia local (Santos, 1973). Contudo, durante todo o Século XVIII, a população da região serrana representava um quantitativo muito baixo. Com a baixa presença de colonizadores na exploração e ocupação oficial de todo o território, pequenos grupos indígenas nômades continuavam presentes (Santos, 1973).

⁵⁷ Os Guarani, assim como os Xokleng e Kaingang, também habitavam Santa Catarina antes da chegada dos europeus. Sua relação com a terra era baseada em um modo de vida seminômade, com cultivos (a exemplo da mandioca e batata-doce), extrativismo, coleta, pesca e caça. A erva-mate foi amplamente utilizada pelos Guarani como alimento e bebida ritualística. Essa prática foi assimilada pelos colonizadores e transformada em uma importante atividade econômica na região.

As fazendas de criação de gado que se constituíram no território possuíam estrutura econômica fortemente desigual, expressando os valores escravocratas da época. Os denominados proprietários detinham o domínio sobre a terra e sobre a vida daqueles que trabalhavam nos seus estabelecimentos. Cabe lembrar que o acesso às terras pelos grandes fazendeiros da região se deu por meio de concessões do sistema de Sesmarias da Coroa Portuguesa, o que continuou mesmo após a independência. Esse sistema, que vigorou do Século XVI até o início do Século XIX, consistia no repasse de terras públicas a particulares, com a condição de que fossem ocupadas e produtivas. Embora não conferisse inicialmente *status* de propriedade particular da terra, a intenção era estimular a colonização e a exploração econômica das regiões, incluindo áreas interioranas como a Serra Catarinense. Na medida em que a Lei de Terras⁵⁸ de 1850 converteu a posse em propriedade, esse acesso desigual aos recursos se consolidou e gerou profundas diferenças na estrutura social, as quais se reproduziram e permaneceram por um longo período, com impactos negativos sobre as condições e características sociais de desenvolvimento do território (Locks, 2016).

No início do Século XIX, com o declínio da mineração e o objetivo de aumentar a população branca diante do fim da escravidão, a agenda política brasileira passou a atrair imigrantes europeus para desenvolver a economia agrícola, com destaque para o café. Aliado a isso, havia a necessidade de povoar extensas áreas interioranas. Na Europa, com a revolução industrial, houve intensa urbanização e desigualdade, fazendo com que a imigração se apresentasse como uma possibilidade interessante para muitas famílias de trabalhadores pobres. Ao chegar no território serrano, o imigrante tinha acesso a políticas de colonização e concessão de terras pelo governo da província. Ao viabilizar a novas ocupações na região, a privatização das terras fez com que Xokleng e Kaingang fossem expulsos do território. Contribuiu para isso o fato de serem poucos os indígenas que habitavam e circulavam pelo território. Outro fator limitante da circulação desses povos, sobretudo, os Xokleng, era a criação de gado, que dominava os campos nativos e reduzia a sua alimentação baseada na coleta e caça. As restrições de acesso ao território para buscar alimento tornou a fome um

⁵⁸ A Lei de Terras foi uma das primeiras legislações a regular a posse e a aquisição de terras no país. Marcou uma mudança significativa na forma de acesso à terra, estabelecendo que as terras públicas só poderiam ser adquiridas mediante compra ou por doação oficial do governo, encerrando a prática de distribuição de terras por meio do sistema de sesmarias. Dessa forma o acesso a terra favorecia apenas a elite já estabelecida, convertendo a posse das áreas concedidas em propriedade.

problema inevitável. Disso resultaram muitos enfrentamentos entre indígenas e colonos, o que levou à criação de grupos, mais tarde institucionalizados pela Carta Régia⁵⁹, que tratavam de afugentar, mas principalmente matar de forma cada vez mais violenta indígenas que não aceitavam o poder real e a submissão ao homem branco (Santos, 1973). Apesar dessas ações, atualmente ainda é possível identificar a etnia Xokleng aldeada e, de certa forma, integrados à sociedade.

A Lei de Terras dificultou o acesso à terra para os escravos libertos, indígenas, pequenos agricultores, peões e camaradas que trabalhavam nas grandes fazendas e imigrantes de baixo poder aquisitivo, pois a aquisição de terras devolutas não mais ocorreria pela doação, mas sim pela compra. Como os trabalhadores não tinham renda suficiente para adquirir terras, se manteve a estrutura de grandes propriedades nas mãos de poucos fazendeiros que pagavam algo pelo trabalho nas atividades, sobretudo, com o gado (Bloemer, 2009). A lei consolidou a concentração de terras nas mãos de poucos proprietários, um traço marcante da estrutura agrária brasileira e da afirmação do poder político (Machado, 2004). Ela também reforçou as desigualdades sociais e econômicas, influenciando os conflitos agrários até os dias atuais.

O território serrano foi, durante décadas, tipicamente rural. A porção urbana era pouco desenvolvida economicamente, com fraco comércio, pequeno mercado consumidor e ausência de produção industrial (Munarim, 1990). No espaço rural situava-se a maior parte da população do território, vivendo em grandes fazendas de famílias oligárquicas que dominavam os direitos das populações rurais (Munarim, 1990). Com origem na miscigenação entre indígenas, colonizadores (portugueses e espanhóis) e negros, o maior contingente rural vivia sob o domínio dos fazendeiros, constituindo um grupo étnico denominado *caboclo* (Santos, 1973; Munarim, 1990) ou *brasileiro*⁶⁰ (Locks, 1998; Bloemer, 2000;). Esses exerciam atividades junto a criação

⁵⁹ A Carta Régia era um instrumento jurídico utilizado pelo rei de Portugal para emitir ordens, instruções ou determinações de caráter administrativo, político ou econômico diretamente às autoridades coloniais ou indivíduos. Ela tinha como objetivo organizar e regular as atividades nas colônias portuguesas, incluindo assuntos como concessões de terras.

⁶⁰ Renk (2000) descreve duas identidades pela forma como o próprio grupo se define e pelo olhar do outro, podendo ser chamado de *brasileiro* ou *caboclo*. Quando o indivíduo é visto pelo outro de forma respeitável, o tratamento é por *brasileiro*. Já quando há um tom depreciativo e estigmatizado, o tratamento é por *caboclo*. Os termos também são atribuídos aos aspectos culturais e comportamentais, sobretudo na relação com o trabalho subordinado e de extrativismo de erva-mate. Contudo, o termo *caboclo* se tornou mais usual e, portanto, será a forma utilizada na tese.

de gado nas fazendas, a agricultura e o extrativismo, tendo como objetivo principal a manutenção da família.

Os caboclos desempenharam um papel importante na ocupação e uso das terras, especialmente, nas regiões rurais mais isoladas, contribuindo para a formação da cultura local, mesclando tradições indígenas e portuguesas. Sua ocupação e modo de vida foram marginalizadas ao longo do tempo pela modernização e concentração fundiária no estado. Sem o título de propriedade de terras, os caboclos que procuraram terras mais ao Norte e ao Oeste da Serra Catarinense depararam-se com distintos momentos de expropriação de suas áreas. Em 1908, muitos caboclos foram expulsos de suas terras devido às demarcações realizadas para a construção da estrada de ferro São Paulo-Rio Grande. Em 1911, ocorreu o segundo fator de expulsão de caboclos de seus territórios catarinense, quando uma companhia americana de colonização adquiriu 180 mil hectares de terras que estavam em disputa judicial. Essas terras, no entanto, já eram ocupadas por caboclos. Após a compra, a companhia loteou a área e a vendeu a colonos descendentes de europeus, agravando o processo de exclusão dos habitantes originais (Bloemer, 2000). O terceiro momento de disputa de terras, que resultou em privações da população cabocla, foi a disputa territorial entre as Províncias do Paraná e Santa Catarina.

Esses conflitos e as tensões culminaram na eclosão da Guerra do Contestado⁶¹, em 1912, um episódio marcado pela violência e pela luta camponesa por direitos territoriais e sociais. Com o conflito prolongado, a fome e a epidemia de tifo que atingiu grande parte dos caboclos, a repressão do governo e a prisão dos líderes, o conflito chega ao fim em 1916, sendo determinados os limites atuais dos dois estados. Esses fatores se somaram às precárias condições sociais e políticas enfrentadas pelos caboclos, que viviam em situação de extrema vulnerabilidade, ampliando ainda mais desigualdades sociais (Machado, 2004; Munarim, 1990). Ao longo da história catarinense, os caboclos sofreram processos de marginalização e perda de seu território, agravada com a chegada de novos colonizadores europeus e a expansão da agricultura industrial.

O território serrano, com paisagem natural de campos nativos, com remanescentes de florestas de araucárias, diversificada fauna e o clima marcado por invernos rigorosos, foi ao longo dos anos ocupado por diferentes grupos sociais. No

⁶¹ Sobre a Guerra do Contestado ver, dentre outros, Auras (1984); Monteiro (1985); Machado (2004).

entanto, a Serra Catarinense foi um reduto de resistência da identidade cultural cabocla. Munarim (1990) destaca dois marcantes acontecimentos que provocaram mudanças profundas e refletem os traços sociais e ambientais do território: o predomínio da cultura cabocla e a criação de gado com posterior derrubada dos pinheirais. Em comparação com outras regiões de Santa Catarina, a região serrana recebeu um número significativamente menor de imigrantes europeus, o que resultou em uma influência cultural menos marcante sobre os caboclos (Munarim, 1990). Isso se expressa em um território que possui cultura cabocla proeminente, que desempenha um papel estruturante na identidade local.

A cultura cabocla aparece nas festividades, que são marcadas por um caráter profundamente religioso. No que se refere à alimentação, seus hábitos remetem às tradições do passado, sendo valorizados como "comida de gente", em contraposição à comida industrializada, que é vista como desvinculada da identidade cultural (Dorigon; Renk, 2018). O trabalho do caboclo tem suas raízes na agricultura de subsistência, caracterizado por práticas coletivas e comunitárias. No entanto, historicamente, essa dinâmica foi marcada pela submissão violenta e medo, reflexo das relações dos poderes políticos e econômicos, que orientaram a dominação e expropriação, conduzindo às condições de exclusão social e econômica. Apenas a partir da década de 1980, os caboclos começaram a se organizar de forma mais ativa, integrando movimentos populares regionais e reivindicando direitos e reconhecimento social (Munarim, 1990). Esses movimentos estavam fortemente vinculados à redemocratização do país e às lutas pela terra, pela valorização da agricultura familiar e pelo reconhecimento das identidades camponesas e caboclas. Entre eles, destacam-se a atuação da Comissão Pastoral da Terra (CPT), do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), das Organizações Não Governamentais e das associações e cooperativas de agricultores familiares que começaram a se formar no período, articuladas ao sindicalismo rural e à Igreja Católica por meio das Comunidades Eclesiais de Base (CEBs). Esses movimentos permanecem presentes atualmente, ainda que sob novas formas, expressando-se em redes territoriais de agroecologia, cooperativas de produção e comercialização, agroindústrias familiares e iniciativas de valorização cultural e do sistema agrícola tradicional que reafirmam o pertencimento caboclo e a relação simbólica com o território. No que se refere aos aspectos produtivos do território, a concentração de terras na criação de gado tem

forte impacto na cultura cabocla, com a substituição de práticas mais sustentáveis e de extrativismo para atividades mais voltadas para a produção pecuária.

A criação de gado que deu sustentação à exploração inicial do território pelos portugueses, sendo destinado a atender o Sudeste do país, foi a principal atividade econômica até por volta da década de 1930, coincidindo com a Revolução de 1930. Naquele momento, o coronelismo⁶² – base das estruturas políticas, sociais, culturais e econômicas que moldaram a história brasileira – estava se enfraquecendo. Em seu lugar, a política nacional passa a ser pactuada entre aristocratas e burgueses com foco no programa de substituição de importações de caráter urbano-industrial. A criação de mercado nacional associada às oportunidades de exportação abre espaço para a extração de madeira de araucárias, planta que predominava na Serra Catarinense. Em sua extração estabelece-se uma nova dinâmica, que resulta na instalação de novos ocupantes no território, que passam a alterar sua configuração sociocultural e econômica.

Na década de 1940, além da presença de descendentes de pessoas escravizadas e dos primeiros colonizadores, ocorre a chegada de paulistas de descendência alemã, italiana, japonesa, lituana e sírio-libaneses. O “ciclo da madeira” resulta em uma nova atividade econômica, reduzindo parcialmente a importância econômica dos fazendeiros de gado e atraindo trabalhadores do Rio Grande do Sul, refletindo na expansão da cidade de Lages (Peixer, 2002). As mais de quinhentas serrarias, só no município de Lages, geraram acumulação econômica e a migração de caboclos para as cidades vizinhas (Bloemer, 2000). A intensa exploração da madeira durou até os anos de 1970, levando ao agravamento das desigualdades sociais, na medida que reproduzia a estrutura de dominação entre proprietários e trabalhadores. O território, por sua vez, permanecia caracterizado por uma vocação de produtor de matéria-prima, já que não industrializava a madeira extraída (Bloemer, 2000). Embora deixasse de ser a atividade principal, a pecuária não se extinguiu ao longo da história. Da mesma forma, no caso da extração de madeira, a atividade ainda permanece, mas passou a ser realizada a partir de florestas plantadas com espécies

⁶² O Coronelismo foi um fenômeno típico em diversas regiões do Brasil, representando o compromisso entre coronéis e chefes políticos do Estado. Caracterizado por uma prática de dominação, marcado pela concentração de poder nas mãos dos “coronéis”, grandes proprietários de terras e líderes locais que exerciam influência econômica, social e política em suas regiões.

exóticas. Essas atividades econômicas imprimiram cenários sociais e ambientais que marcam as características atuais da Serra Catarinense.

4.4 A SERRA CATARINENSE ENTRE A TRANSFORMAÇÃO E A CONTINUIDADE: CARACTERIZANDO AS NOVAS DINÂMICAS POPULACIONAIS E PRODUTIVAS

Durante as décadas de 1960 e 1970, a população urbana de Lages, município polo da região, praticamente triplicou, apresentando alta taxa de desempregados com baixa qualificação no trabalho urbano (Magnanti, 2019; Locks, 2016; Peixer, 2002). Ainda nos anos 2000, a exploração dos recursos naturais manteve-se, incluindo a introdução das monoculturas de pinus, soja e eucalipto. Essas atividades intensivas refletem um modelo econômico voltado para a exportação de *commodities*, que frequentemente desconsidera a sustentabilidade ambiental e os impactos sociais locais. Na produção madeireira, as grandes empresas continuam a dominar o mercado. No entanto, no início dos anos 2000, um aumento expressivo no plantio de *Pinus spp.* foi observado em unidades produtivas da agricultura familiar e em estabelecimentos de médio porte (Magnanti, 2019).

Essa dinâmica evidencia os contrastes presentes na agricultura familiar da Serra Catarinense (Figura 7). Algumas práticas são caracterizadas pela especialização, adoção de pacotes tecnológicos intensivos e maior integração ao mercado. Na fruticultura de clima temperado, a exemplo da maçã e da vitivinicultura, e nas hortaliças (olerícolas), os agricultores familiares da região passaram a adotar práticas alinhadas ao modelo de agricultura intensiva (Magnanti, 2019). Além dessas produções, também estão presente no território a soja, a bovinocultura e as espécies exóticas para produção de madeira e papel-celulose a partir de *pinus* (*Pinus elliotti* e *P. taeda*) e eucalipto (*Eucalyptus sp.*). Em nenhuma outra região catarinense a atividade madeireira é tão significativa, o que resulta na caracterização da região como sendo um distrito industrial de madeira e papel-celulose (Observatório Agro Catarinense, 2023). Entre as atividades de serviços que diferenciam o território destacam-se o turismo rural e a construção de barragens para hidrelétricas⁶³.

⁶³ Sobre as atividades do turismo rural e das construções das hidrelétricas serão tratados mais adiante.

Figura 7- Espécies de cultivo na Serra Catarinense, com destaque para uva e a maçã



Fonte: Acervo pessoal (2022)

Ao analisar a dinâmica do setor agropecuário da Serra Catarinense, o último Censo Agropecuário revelou a existência de 15.962 estabelecimentos agropecuários, cerca de 7% superior ao registrado em 2006 (Observatório Agro Catarinense, 2025). Os dados censitários de produção dos estabelecimentos registram o predomínio, em valores monetários, do grupo de produção de origem vegetal (Tabela 4). O valor bruto da produção agropecuária regional evidencia o caráter ainda expressivo da produção extensiva de bovinos em campo nativo e de madeira para celulose, que juntas representam 42,8%, enquanto os outros 57,2% advêm de outras atividades produtivas. Entre elas destacam-se as lavouras permanentes (concentrada em maçã) e temporárias (soja e milho), silvicultura plantada (toras de madeira e em celulose), avicultura e atividades de extração vegetal (em toras e pinhão).

Entre as transformações na base produtiva, com consequências sobre as paisagens naturais, muitos detentores de maiores áreas converteram parte do campo nativo, primeiro, para florestas plantadas com espécies exóticas e, mais recentemente, de ambas em lavouras de soja. Tanto os dados do IBGE, quanto os dados do Observatório Agro Catarinense dos últimos anos apontam a redução da área plantada com florestas de pinus e o aumento na área de produção de soja em Santa Catarina. Esse comportamento é explicado, de um lado, pela redução dos preços da madeira, impactando a rentabilidade das florestas comerciais entre 2012 e 2020. De outro, registrou-se a elevação nos preços da soja no mesmo período, o que induziu a conversão das áreas para plantios de grãos (EPAGRI/CEPA, 2022).

Tabela 4 - Quantidade de estabelecimentos, valor da produção agropecuária (VPA), expressão absoluta e relativa da agricultura familiar, na região da Amures em 2017

Categorias		Nº estabelecimentos		VPA (R\$ x1000)		% familiar	
		Total	familiar	Total	Familiar	nº est.	VPA
A n i m a l	grande porte	10.293	6.491	304.009	108.703	63,06	35,76
	médio porte	1.808	1.055	4.780	1.825	58,35	38,18
	Aves	7.093	4.871	49.217	7.845	68,67	15,94
	pequeno porte	854	580	9.211	6.711	67,92	72,86
	SUBTOTAL	11.975	7.589	367.244	125.109	63,37	34,07
V e g e t a l	lavouras permanentes	1.942	1.316	375.624	121.524	67,77	32,35
	lavouras temporárias	7.480	5.226	316.933	90.198	69,87	28,46
	Horticultura	507	391	16.415	9.656	77,12	58,82
	Floricultura	6	5	82	X	83,33	X
	Silvicultura	673	345	299.077	28.839	51,26	9,64
	extração vegetal	2.965	1.913	33.134	29.562	64,52	89,22
	SUBTOTAL	10.696	7.171	1.041.265	279.857	67,04	26,88
TOTAL		14.498	9.284	1.408.509	404.966	64,04	28,75

Fonte: Censo Agropecuário 2017 (IBGE, 2019).

Quanto às categorias de produtores, embora a agricultura familiar represente mais da metade dos estabelecimentos em todos os grupos de atividades, os limites de área impactam o valor da produção gerada, ultrapassando os 50% do VPA só nas categorias de pequenos animais, horticultura e extração vegetal. A compreensão desses dados produtivos implica em analisar a estrutura fundiária que, como já destacado, em termos históricos, foi marcado pela distribuição desigual de terras., apenas cinco estabelecimentos com mais de dez mil hectares cada detêm área superior à soma de outras 7.875 unidades, os quais têm menos de 20 ha cada. Um total de 168 estabelecimentos (1,1%) com mais de mil hectares controla 30,7% das áreas, ou seja, mais do que 13.373 estabelecimentos (83,8%), que possuem até cem hectares e ficam com 23,1% das terras (Quadro 3). Entre as famílias agricultoras que detêm área reduzida, as alternativas econômicas passam pelo uso intensivo das terras ou o exercício de atividades não agrícolas dentro ou fora do estabelecimento.

Quadro 3 - Distribuição absoluta e relativa dos estabelecimentos por faixa de área total e expressão relativa das áreas controladas por cada faixa na região da Amures, em 2017.

Estrato de área	Nº de estabelecimentos	Área dos estabelecimentos (ha)	Participação no número de estabelecimentos (%)
< 1 há	226	76	1,4
1 a < 5 há	2.444	6.870	15,4
5 a < 10 há	2.126	15.765	14,0
10 a < 20 há	2.989	41.770	18,9
20 a < 50 há	3.599	112.597	22,7

50 a < 100 há	1.899	129.718	12,0
100 a < 200 há	1.142	154.773	7,2
200 a < 500 há	848	256.133	5,4
500 a < 1.000 ha	304	202.730	1,9
>1.000 há	168	232.190	1,1

Fonte: Sistematizado a partir do Censo Agropecuário 2017 (IBGE, 2019).

Das atividades que permitem intensificar o uso da terra e gerar receitas dentro da propriedade, em 2017, 2.135 (13,38%) estabelecimentos familiares tinham uma cultura permanente com mais de 50 pés (sendo 1.894 deles de maçã), 224 declaram obter receitas de horticultura e floricultura (1,40%), 158 apresentaram receitas de artesanato (0,99%) e 68 de turismo rural (0,43%). Para complementar a renda das famílias, as receitas não agrícolas aparecem de forma mais expressiva: 6.472 (40,55%) estabelecimentos declararam receber recursos de aposentadorias e pensões; 456 (2,86%) de programas de governos; e 4.624 (28,97%) de receitas obtidas em atividades externas (pluriatividade). Para cada uma dessas iniciativas há campos de pesquisa a serem empreendidos com vistas a compreender melhor a região. O olhar sobre essa diversidade é um elemento que auxilia na análise do desenvolvimento territorial sustentável a partir do enfoque da CBST. Para além de assumir que os atores são os responsáveis por identificar recursos territoriais que possam ser ativados economicamente, esse referencial destaca o papel das sinergias e de um imaginário coletivo que sustenta a criação de oportunidades produtivas, com distribuição dos benefícios sociais e preservação ambiental.

Outra atividade com grande impacto no território é a implantação de Usinas Hidrelétricas (UHE) e Pequenas Centrais Hidrelétricas (PCH), com implicações de caráter social, ambiental e paisagístico, em razão de sua construção demandar um reordenamento fundiário (Magnanti, 2019; Peixer, 2021). Em outras palavras, há o deslocamento da população local e do seu entorno, já que áreas passam a ser inundadas e ocupadas para a instalação do canteiro de obras e estruturas para moradia de técnicos e trabalhadores. Quando essas áreas estão sob ocupação de populações tradicionais do campo, há que se pensar nas relações com a terra e com a natureza, como sendo o local de reprodução das famílias e na desagregação das comunidades rurais. Não há dúvidas de que a economia hídrica provoca impacto sobre as populações locais que deixam seus territórios de forma compulsória, sobretudo, no que se refere à concentração de renda e ao agravamento da vulnerabilidade social e, conseqüentemente, da fome (Bloemer, 2000; Peixer, 2021). Bloemer (2000) destaca o impacto no reordenamento territorial regional, que implica

em um processo de desestruturação e posterior reestruturação das relações sociais, com a necessária organização territorial que exige uma adaptação, mas também representa uma ameaça à reprodução social, sobretudo, dos produtores mais precarizados.

Outro aspecto igualmente importante é o impacto ambiental sobre a biodiversidade, muitas vezes, com danos irreparáveis (Bloemer, 2000; Magnanti, 2019). Apesar de ser uma energia considerada renovável, os custos com a perda da biodiversidade e com as alterações do microclima local são expressivos. Embora ainda distante de resolver os complexos desafios sociais, ambientais, econômicos e culturais provocados pela implantação das hidrelétricas, uma alternativa vem sendo construída para essas localidades. Organizações públicas e privadas locais têm promovido o desenvolvimento de roteiros turísticos para a chamada Região dos Lagos, com a finalidade de impulsionar o desenvolvimento econômico e social da região. Formada por quatro municípios do território da Serra Catarinense (Capão Alto, Campo Belo do Sul, Cerro Negro e Anita Garibaldi), junto a outros quatro municípios do Rio Grande do Sul, o projeto turístico propõe desenvolver a região, com diversos atrativos e oferta de produtos locais, a exemplo de visitas a vinícolas, a queijarias, a casas indígenas subterrâneas, hospedagens rurais e oferta de artesanatos e outros produtos locais.

Ainda que as transformações recentes tenham contribuído para o dinamismo econômico dos municípios, há um baixo aproveitamento da mão de obra deslocada da agricultura, contribuindo para um contínuo processo migratório. Esse movimento ocorre tanto dentro do território da Serra Catarinense, com destino principal a Lages, quanto em direção a outras regiões do estado. Como consequência, a região apresenta uma característica marcante: i) significativa redução da população rural, especialmente, nos pequenos municípios. Conforme os Censos de 2010 e 2022 (Quadro 4), dos dezoito municípios, catorze tiveram redução na população rural e nove tiveram redução da população total, o que indica que a dinâmica socioeconômica não tem sido suficiente para manter a população nas áreas rurais; ii) e limitada capacidade de absorção dessa força de trabalho pelas atividades urbanas. Essa dinâmica migratória e de baixa absorção de mão de obra nos empreendimentos urbanos contribuem para que muitos municípios registrem simultaneamente taxas de crescimento populacional negativas e os maiores índices de pobreza de Santa Catarina (Oliveira, 2016).

Quadro 4 - Municípios da Serra Catarinense, conforme o Censo Demográfico de 2010 e 2022.

Município	Ano – 2010			Ano – 2022			%	
	Urbana	Rural	Total	Urbana	Rural	Total	Urbana	Rural
Anita Garibaldi	4.551	4.072	8.623	4.755	3.530	8.285	4,5%	-13,3%
Bocaina do Sul	967	2.323	3.290	1.283	2.232	3.515	32,7%	-3,9%
Bom Jardim da Serra	2.397	1.998	4.395	2.253	1.773	4.026	-6,0%	-11,3%
Bom Retiro	6.417	2.525	8.942	6.223	2.195	8.418	-3,0%	-13,1%
Campo Belo do Sul	4.406	2.831	7.237	4.727	2.530	7.257	7,3%	-10,6%
Capão Alto	962	1.791	2.753	1.124	1.501	2.625	16,8%	-16,2%
Cerro Negro	764	2.817	3.581	1.012	2.305	3.317	32,5%	-18,2%
Correia Pinto	12.022	2.763	14.785	13.558	2.169	15.727	12,8%	-21,5%
Lages	153.937	2.790	156.727	161.249	3.732	164.981	4,7%	33,8%
Otacílio Costa	14.891	1.446	16.337	15.983	1.329	17.312	7,3%	-8,1%
Painel	945	1.408	2.353	1.041	1.174	2.215	10,2%	-16,6%
Palmeira	925	1.448	2.373	1.201	1.360	2.561	29,8%	-6,1%
Ponte Alta	3.578	1.316	4.894	3.396	1.041	4.437	-5,1%	-20,9%
Rio Rufino	688	1.748	2.436	1.033	1.364	2.397	50,1%	-22,0%
São Joaquim	17.573	7.239	24.812	18.521	7.418	25.939	5,4%	2,5%
São José do Cerrito	2.492	6.781	9.273	2.940	5.768	8.708	18,0%	-14,9%
Urubici	7.066	3.633	10.699	7.914	2.920	10.834	12,0%	-19,6%
Urupema	1.232	1.250	2.482	1.291	1.365	2.656	4,8%	9,2%
TOTAL	235.813	50.425	286.238	249.504	45.706	295.210	-	-

Fonte: Sistematizado a partir dos Censos Demográficos de 2010 e 2022 (IBGE, 2010; 2024).

Em 2022, o Censo Demográfico levantou uma população de 295.210 habitantes nesse território, 3,13 % maior que em 2010. Essa população se concentra nos municípios polos de Lages (164.981 habitantes, 55,6%) e de São Joaquim (25.939 habitantes, 8,7%). Outros três municípios têm entre 10 e 20 mil, quatro de 5 a 10 mil e nove com menos de 5 mil habitantes (IBGE, 2024). A dimensão desses municípios, as atividades econômicas e o processo histórico de formação da estrutura social e das relações de trabalho dão base para uma reflexão sobre a dinâmica do desenvolvimento sustentável do território.

Em se tratando dos indicadores de desenvolvimento, o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH) de Santa Catarina em 2021 (0,792) teve uma melhora em relação ao índice de 2010 (0,774), enquanto o IDH do Brasil passou de 0,723 (2010) para 0,754 (2021). Ou seja, Santa Catarina esteve acima da média nacional, para o mesmo período. Nos municípios da Serra Catarinense, o IDH de 2010

oscilava entre 0,621 e 0,770, com somente três municípios acima de 0,700⁶⁴. Esse indicador é menor que a média catarinense para o mesmo ano e é puxado para baixo, especialmente, pelas variáveis relativas ao fator educação (entre 0,455 e 0,697). Embora tais dados indiquem limites para esse território promover um desenvolvimento inclusivo, na comparação com dados mais antigos (entre 1991 e 2010), revelam avanços significativos em todos os municípios em diferentes variáveis dos indicadores de desenvolvimento humano.

Em termos de apropriação da riqueza gerada, as atividades econômicas de maior relevância no território consolidam a mesma estrutura social construída ao longo dos anos. Ou seja, operam dentro das estruturas sociais concentradoras, que foram formadas e estabilizadas ao longo do tempo. Frente à perpetuação de estruturas sociais consolidadas, diversas iniciativas têm buscado promover mudanças para superar padrões históricos de exclusão e desigualdade. Essas ações são coordenadas por organizações sociais, organizações privadas e poder público que operam com outras perspectivas de desenvolvimento, em especial, no que se refere a um ambiente mais inclusivo, no qual os benefícios do desenvolvimento sejam distribuídos de forma mais equitativa entre os atores do território.

4.5 TERRITÓRIOS CONSTRUÍDOS: ANÁLISE SOCIOECONÔMICA E AMBIENTAL DO TERRITÓRIO DE PESQUISA

Em paralelo aos projetos hegemônicos que reforçam a apropriação desigual da riqueza, ao longo do tempo, surgiram projetos e iniciativas ainda isoladas que resgatam elementos da cultura, das tradições e de formas alternativas de produção, evidenciando a diversidade de estratégias de desenvolvimento presentes na região. Algumas dessas experiências são percebidas na produção de vinhos, pinhão, queijos, panificados, agroturismo e outros, alinhadas às condições edafoclimáticas do território e fundamentadas no conhecimento tradicional e artesanal. Esse cenário reflete uma transformação no perfil produtivo de parte dos agricultores familiares, com uma parcela alinhando-se à modernização da agricultura, enquanto outra preserva práticas mais sustentáveis e baseadas em recursos locais. No entanto, a articulação entre as iniciativas que se desviam do modelo hegemônico é incipiente, representando um

⁶⁴ Os IDH municipais de 2021, ainda não foram divulgados.

sinal claro para a baixa relevância de um sistema de governança territorial, que conecte minimamente as iniciativas dispersas.

Na tentativa de construir alternativas ao projeto econômico imposto por meio de uma agricultura produtivista que concentra renda, a partir da década de 1980, estratégias de valorização dos recursos territoriais vêm sendo construídas graças às organizações locais. Essas organizações atuam na direção dos preceitos de territórios construídos, onde as ações são planejadas de forma articulada e de maneira a criar condição para uma sinergia entre os diferentes projetos. Mesmo se aproximando de um modelo de Cesta top-down, devido à orientação descendente da mobilização social, essas ações surgiram a partir das necessidades de estruturar projetos com propostas que buscassem um desenvolvimento territorial mais sustentável, refletindo a identidade, a cultura e as condições ambientais do território.

Essas organizações possuem, ainda hoje, um papel fundamental na construção e consolidação de alternativas e na busca por um modelo de desenvolvimento mais sustentável. Dentre elas está uma das Organizações Não Governamentais (ONG) mais antigas do estado, o Centro Vianeí de Educação Popular, com origem em alguns setores das pastorais da Igreja Católica, que atuavam em defesa dos pobres e marginalizados, por meio da educação popular (Munarim, 1990). Criado em 1983 e composto por profissionais críticos ao modelo agrícola hegemônico, o Centro Vianeí surge a partir de grupos intelectuais políticos e outro ligado à Igreja Católica, implementando projetos cujo público são os trabalhadores rurais, movimentos populares e sociais. A constituição da organização buscou dar continuidade a instrumentalização de uma política em benefício dos mais carentes (Pérez, 1997). Com o objetivo de promover o desenvolvimento sustentável e a justiça social, a organização atua no território com as temáticas da agroecologia e segurança alimentar e nutricional, em projetos que envolvem a recuperação e manutenção das florestas e da biodiversidade do planalto serrano e a valorização do conhecimento e cultura tradicional, no campo e na cidade (Pérez, 1997; VIANEI, 2023). Através de parcerias construídas ao longo do tempo com outras organizações do território e de fora, o Centro Vianeí estabelece importante relação com a Amures, com o Cisama e com organizações da sociedade civil.

A Amures foi fundada em 1968, sob a liderança dos prefeitos de Lages e São Joaquim e com apoio da antiga Superintendência de Desenvolvimento da Região Sul e de empresários locais. Seu objetivo é a integração administrativa dos municípios da

Região Serrana. Embora toda organização política seja marcada por conflitos de interesse, seu desafio é equacioná-los na orientação do desenvolvimento econômico, social e de promoção em defesa do meio ambiente. A Amures foi responsável pela estruturação do Cisama, ocorrido em 2009, a partir de um plano de desenvolvimento territorial elaborado pelo Centro Vianeí⁶⁵. O Cisama é, portanto, uma autarquia que atua na promoção do desenvolvimento social, econômico e cultural no território no qual cooperam os dezoito municípios da Serra Catarinense. A Amures e o Cisama possuem uma relação de complementaridade nas suas ações, porém com constituições jurídicas distintas (Souza, 2021).

Uma das ações da Amures está relacionada à promoção do turismo no território, participando da governança territorial dessa atividade. Porém, é o Conselho de Turismo da Serra Catarinense (Conserra), associação sem fins lucrativos, que desempenha o papel de Instância de Governança da Região Turística da Serra Catarinense. O Conselho é composto por representantes dos dezoito municípios e tem como missão “desenvolver e promover a Serra Catarinense, encantando com sua hospitalidade e biodiversidade, superando as expectativas dos turistas” (SEBRAE; CISAMA; AMURES, 2021, p. 178).

O turismo, assim como a multifuncionalidade do espaço rural, é vital para as comunidades rurais, podendo promover desenvolvimento rural (Guzzatti; Gelbcke; Cazella, 2024). A região da Serra Catarinense é reconhecida pelas belas paisagens naturais, com campos nativos intercalados com araucárias, formação de grandes cânions, cachoeiras, inscrições rupestres e longos períodos de clima frio, com possibilidade de nevar em invernos rigorosos. O turista que visita a Serra Catarinense é majoritariamente oriundo do próprio estado, representando cerca de dois terços do total. Entre os prestadores de serviços, as famílias de agricultores associadas à Acolhida na Colônia demonstram um forte vínculo de identidade e pertencimento com o território (Guzzatti; Gelbcke; Cazella, 2024), o que representa um diferencial, pois os saberes e experiências são compartilhados com os visitantes.

Somada à gastronomia singular, o território se torna um grande atrativo para vários tipos de turismo, no qual é possível vivenciar diversas experiências. A rica cultura do território, com a festa do pinhão, a festa da colheita da uva (Vindima), as

⁶⁵ Essa relação do Centro Vianeí com a Amures explica o fato da secretaria executiva do Cisama ser ocupada desde a fundação desse consórcio público por um ex-assessor técnico do Centro Vianeí, que atuou na política territorial do Governo Federal.

festas religiosas, entre outras, constituem eventos que criam espaço para um turismo muito específico. O enoturismo se apresenta como um atrativo, principalmente, no município de São Joaquim, reunindo visitas às vinícolas e degustação de vinhos (Cazella *et al.*, 2019). Outras possibilidades são o ecoturismo; o turismo de observação de vida selvagem; turismo gastronômico; turismo de aventura; turismo desportivo; turismo no espaço rural (agroturismo, turismo rural); e turismo de negócios e eventos (viagens corporativas). Essa diversidade é reconhecida como segmento da oferta turística prioritária da Serra Catarinense (SEBRAE; CISAMA; AMURES, 2021)

Entre suas expressões, o turismo rural destaca-se como o serviço de importante relevância socioeconômica no território, evidenciando as potencialidades do território para o desenvolvimento de iniciativas que fortaleçam a construção de uma CBST. Essa potencialidade ocorre pela especificidade do cenário (paisagem, clima e patrimônio histórico) associada à gastronomia e à cultura local. O turismo rural é uma atividade econômica que, para ter sucesso, exige o envolvimento de diversos atores sociais e organizações do território. Neste sentido, demanda ações articuladas entre os setores privado, público e organizações da sociedade civil, a exemplo de organizações não governamentais, mídia e turistas (SEBRAE; CISAMA; AMURES, 2021, p. 178). A iniciativa da Rota do Turismo Rural procura adotar uma perspectiva de atuação que passa pela articulação do Conserra, órgãos públicos municipais de turismo, agricultura e infraestrutura e obras, conselhos municipais de turismo, Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural (Epagri), setores de hospedagem e gastronomia, a Amures, entre outros segmentos.

Diferentemente do turismo de massa, algumas experiências de agroturismo na região são identificadas como um Turismo de Base Comunitária (TBC) (Guzzatti; Gelbcke; Cazella, 2024). Nesse tipo de turismo é priorizado “o envolvimento da comunidade local no planejamento da atividade, mas também no acolhimento de visitantes de forma comprometida com o desenvolvimento socioambiental” (Guzzatti; Gelbcke; Cazella, 2024, p. 7). Nessa direção, diferentes iniciativas ilustram a atuação de TBC, a exemplo de comunidades indígenas, ribeirinhas, quilombolas, agricultores artesãos, entre outros. Atuando de forma pontual junto a alguns atores, a Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia representa uma das organizações que mais potencializa a valorização de recursos territoriais específicos (Guzzatti; Gelbcke; Cazella, 2024). A iniciativa, criada em 1999, foi o resultado da mobilização de atores locais e diversas organizações sociais nas Encostas da Serra Geral (sudeste de Santa

Catarina), território vizinho da Serra Catarinense. Representa uma das estratégias adotadas com objetivo de buscar alternativas para os municípios da região, que enfrentavam crises de natureza social, econômica e ambiental. Em 2005, essa organização ampliou sua atuação incorporando a Serra Catarinense (Guzzatti; Gelbcke; Cazella, 2024). Segundo os autores, essa iniciativa de promover o agroturismo foi inspirada na experiência da associação *Accueil Paysan*, fundada na França em meados da década de 1980.

Sendo considerado um componente central na abordagem da CBST, a criação de um conjunto de serviços turísticos depende do reconhecimento e da valorização dos recursos específicos do território pelos atores sociais. Ao investir nesse recurso é possível criar uma dinâmica de diferenciação do território, conferindo uma imagem que passa a ser identificada pelo turista. Dessa maneira se cria um destino turístico, ou seja, uma unidade territorial com atrativos turísticos e estruturas, reconhecida pelo consumidor (Guzzatti; Gelbcke; Cazella, 2024). Esse tipo de turismo foi identificado por esses autores enquanto uma dinâmica de construção de uma CBST da Serra Catarinense, uma vez que ocorre por ações coletivas de atores territoriais associadas a produtos e serviços específicos. Em outras palavras, o serviço turístico pode contribuir na construção empírica do enfoque da CBST, possibilitando um maior consumo de produtos locais (vinhos de altitude, pinhão, mel, queijo serrano e maçã), mas também aporta outros benefícios. Ou seja, além de promover renda a partir das hospedagens e atividades de lazer, também viabiliza produtores locais que trabalham com produtos típicos do território⁶⁶.

Nesse contexto, a atuação da Amures e Cisama tem sido fundamental na promoção de iniciativas de desenvolvimento territorial integrado. Um exemplo a partir da atuação do Cisama é a colaboração para identificação e valorização de recursos territoriais específicos que possam ser reconhecidos com Indicações Geográficas (IGs), como produtos agroalimentares e práticas culturais distintivas, promovendo a sustentabilidade econômica e ambiental desses processos. As IG, do ponto de vista jurídico e administrativo, são regulamentadas pela lei que define a propriedade

⁶⁶ Em paralelo, a região tem vivenciado uma massificação do turismo de cabanas, tendo origem no período da pandemia de COVID-19 (2020/2021), que possibilitou o trabalho remoto. Essa padronização, sem a oferta de serviços correlatos, que garantem uma experiência turística desprovida de estruturas adequadas de estradas e de serviços públicos, gera impactos negativos para os visitantes e comunidades locais. A ausência desses serviços correlatos ao turismo restringe a valorização da identidade regional e a integração do turismo com a economia local.

intelectual, cujo órgão federal ao qual se atribui a finalidade de regulamentar é o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Em Santa Catarina, a Epagri desempenha um papel fundamental na animação e coordenação desses processos, realizando a delimitação das áreas geográficas, além de caracterizar o clima e o solo da região, entre outras atividades. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) representa outra organização que atua com essa temática, além de universidades e de organizações dos próprios produtores locais.

Para o caso alimentar, a IG aproxima o alimento ao território. Na Serra Catarinense há quatro produtos associados a IG: o queijo artesanal serrano, a maçã da variedade Fuji, o vinho de altitude e o mel de melato de bracinga. Esses produtos possuem notoriedade territorial e distintos impactos socioeconômicos. À exceção dos vinhos de altitude, observa-se que os demais produtos coexistem com produtos similares que não utilizam o selo, mas que permanecem amplamente acessíveis à população do território, seja por meio de mercados formais ou informais. Os vinhos de altitude, por sua vez, configuram-se como produtos elitizados, tanto no consumo quanto nas condições de produção, exigindo elevados investimentos e padrões técnicos. Ainda assim, sua presença no território pode produzir o “efeito cesta”, ao atuar como produto referência na valorização e na visibilização de outros recursos e ativos territoriais específicos. A partir dessas diferentes situações, torna-se necessário considerar que as Indicações Geográficas não produzem efeitos homogêneos sobre os segmentos produtivos e os mercados, sendo atravessadas por desigualdades de acesso às condições produtivas, sanitárias e organizativas.

Mais do que atribuir um selo distintivo a efetividade das IGs depende do reconhecimento social do produto e do próprio selo pelos consumidores, bem como de mediações institucionais capazes de evitar que a valorização territorial reforce processos de elitização, exclusão produtiva ou restrição de acesso ao consumo local. Por se tratar de uma tradição de origem europeia, as IG no Brasil ainda são pouco reconhecidas tanto por agricultores quanto por consumidores (Cazella *et al.*, 2019). Um aspecto apontado pelos estudos sobre o tema é que a IG pode contribuir com o aumento da densidade institucional em torno de produtos com qualidade territorial. Esses produtos podem vir a ser referência para a descoberta de outros recursos e

ativos territoriais específicos⁶⁷, criando um “efeito cesta” ao atingir uma renda de qualidade territorial de forma mais ampla (Cazella *et al.*, 2019).

Cabe reforçar que as IG podem contribuir na promoção do desenvolvimento territorial sustentável, mas não podem ser concebidas como sendo a principal forma de se valorizar recursos territoriais específicos. O modelo de análise da CBST procura avançar nesse quesito, ao buscar articulações entre distintos recursos ou ativos territoriais, ampliando os ganhos, além da inserção de outros atores sociais. Outro fator está relacionado à forma como a tradicional aplicação da IG na Europa Ocidental foi introduzida no Brasil, sem que houvesse um processo significativo de mediação com os consumidores e as organizações sociais nos territórios, que atuam em conjunto com a agricultura familiar (Cazella *et al.* 2020). Isso resulta na falta de compreensão dos atores quanto ao significado e aos benefícios socioculturais e econômicos que são reconhecidos a partir da utilização dos signos.

Dentre as demais atuações do Cisama, se destacam a prestação de serviços relacionados à inspeção sanitária de produtos agropecuários e a criação de uma marca coletiva para agroindústrias com certificação do Sistema de Inspeção Municipal (SIM), a maior parte gerida por famílias de agricultores. Com objetivo de viabilizar a comercialização de seus produtos no território, em 2010, o Consórcio, com apoio do Centro Vianeí, criou a Marca Coletiva Sabor Serrano (MCSS). A iniciativa foi inspirada, em especial, na Marca Coletiva Sabor Colonial, criada em 2000 pela Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense (Apaco) e já consolidada (Souza, 2021; Tecchio *et al.*, 2022a). No caso da marca Sabor Serrano, seu principal objetivo consiste em identificar e valorizar os produtos das agroindústrias familiares regulamentadas pelos serviços de inspeção sanitária (Tecchio *et al.* 2022b). Segundo os autores, a iniciativa busca, especialmente, a adequação às normas do SIM, o acesso a mercados formais de comercialização e a promoção de uma imagem positiva do território.

De acordo com Turnes, Cazella e Sampaio (2021), as marcas coletivas atuam como um símbolo de identificação e diferenciação de produtos e serviços vinculados a organizações representativas de uma coletividade, permitindo sua associação à dinâmica de CBST. Assim como a indicação geográfica, as marcas coletivas também

⁶⁷ Quando ocorre uma sinergia entre pequenas iniciativas, para os quais existe um produto ou serviço que se destaca e impulsiona os demais, este é denominado produto líder (Pecqueur, 2001; Mollard, 2001; Pecqueur, 2006b).

são regulamentadas pelo INPI. Portanto, ambos os signos têm origem na propriedade intelectual que, por sua vez, têm como uma das grandes categorias o direito de propriedade industrial, que se desdobra em duas subcategorias, na qual os sinais distintivos do comércio originam as marcas e as indicações geográficas (Turnes; Cazella; Sampaio, 2021).

Os produtos e serviços que carregam distintivos de qualidade podem ser compatibilizados com os preceitos do desenvolvimento territorial sustentável. Esses distintivos se fundamentam fortemente em atributos territoriais com características compartilhadas, como origem geográfica, modo de produção, qualidade ou vínculo com a organização titular (Tecchio *et al.*, 2022a; 2022b). Diferentemente de outros tipos de signos, a marca coletiva tende a se adequar melhor à identificação de diferentes produtos agroalimentares do território, que são compartilhadas por agentes que buscam valorizar seus produtos de forma cooperada (Souza, 2021). De acordo com Turnes, Cazella e Sampaio (2021), juntamente com as marcas de certificação, as marcas coletivas são as que melhor se adequam a iniciativas de desenvolvimento territorial sustentável em razão de suas características coletivas. No entanto, a utilização de marcas coletivas⁶⁸ no Brasil ainda representa uma prática pontual, mesmo tendo ganhado importância nos últimos anos. Para os autores, isso ocorre por dois fatores: as exigências para requerer o registro quanto à legitimidade e a necessidade de um regulamento de utilização, já que seu uso é dado por diversos agentes. Apesar dos desafios, em estudo realizado em Santa Catarina foi verificado que um terço (30,2 %) das 1.387 agroindústrias familiares formais identificadas utilizavam uma marca coletiva (Reiter *et al.*, 2019).

Em estudo conduzido no Extremo Oeste Catarinense, Tecchio *et al.* (2021) e Lauermann, Capellesso e Gazolla (2022) observaram que as agroindústrias familiares desempenham um papel essencial nesse contexto, pois transformam os recursos territoriais em produtos de alto valor agregado, contribuindo para a valorização das especificidades que compõem a CBST. Na Serra, ao processar itens como o queijo artesanal serrano, o pinhão, o mel de melato, a maçã, a uva, ou outros recursos territoriais, essas agroindústrias não apenas potencializam a economia local, mas também reforçam os laços culturais e identitários do território. Em integração com

⁶⁸ Para saber sobre marcas coletivas ver Turnes, Cazella e Sampaio (2021); Souza (2021); Tecchio *et al.* (2022a).

outras atividades, como o turismo rural, Ribeiro, Capellesso e Cazella (2024)⁶⁹ identificaram possíveis sinergias que impulsionam o desenvolvimento sustentável e a construção de uma imagem positiva do território. É importante destacar que essas ações são conduzidas por organizações territoriais, desempenhando um papel essencial na promoção de estratégias de desenvolvimento para empreendimentos que, longe de serem marginais, têm conquistado crescente relevância e impacto no fortalecimento do território. Todavia, esses processos não se desenvolvem em um contexto coeso ou harmonioso. O território é atravessado por assimetrias de poder, disputas políticas e controvérsias em torno dos critérios de qualidade, bem como por divergências entre as próprias organizações territoriais. Tais tensões moldam, condicionam e, em alguns casos, limitam as possibilidades de ação coletiva e de construção social dos mercados.

No próximo capítulo, o tema das agroindústrias familiares será aprofundado, destacando o papel central na valorização dos recursos e identidade locais, articulando características específicas para o desenvolvimento sustentável da Serra Catarinense. Esse segmento produtivo e de prestação de serviço concebe a identificação e diferenciação de produtos e serviços como portadores de potencial para estabelecer interfaces com o turismo rural e com diferentes produções. Além disso, implicam na possibilidade de ampliação de consumidores territoriais adeptos a produtos tradicionais via mercados territoriais e contribuem diretamente com a preservação da paisagem e da biodiversidade sobre o qual se assentam os recursos, bem como a geração de uma RQT. O tema da CBST é mobilizado enquanto enfoque teórico-metodológico que confere coerência a análise destas iniciativas de valorização de produtos de qualidade e preservação do meio ambiente, muitas vezes, ainda desconexas. As agroindústrias familiares reúnem, portanto, grande potencial para estudos sobre o desenvolvimento territorial e a promoção de uma alimentação de qualidade.

4.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS DO CAPÍTULO 4

Entre os conceitos aplicados em estudos sobre o desenvolvimento, a abordagem territorial destaca o papel da mobilização coletiva e permanente de atores

⁶⁹ Este artigo trata de um primeiro resultado de pesquisa publicado.

locais, os conferindo papel ativo para buscar se diferenciar e construir estratégias inclusivas alicerçadas na valorização de recursos territoriais específicos. No que se refere aos territórios rurais, essas estratégias frequentemente incluem a valorização de atributos paisagísticos, culturais e históricos, promovendo a diversificação da economia local. Nesse contexto, o território não é apenas definido como um espaço de ações administrativas, mas sobretudo como o resultado de construções sociais, onde se implementam iniciativas voltadas ao desenvolvimento. Essas iniciativas, no entanto, só se tornam viáveis a partir de esforços coletivos e/ou compartilhados, envolvendo atores sociais e organizações territoriais, em torno de um objetivo comum. Trata-se de um espaço vivo, marcado por interações sociais, cujos potenciais podem ser explorados e valorizados de maneira sustentável, preservando sua história e cultura.

Promover o desenvolvimento territorial, portanto, implica ir além do enfoque produtivo setorial, integrando diferentes dimensões (sociais, culturais, econômicas e ambientais) e buscando multiestratégias para solucionar problemas coletivos, mediando conflitos e tensões. Ao mobilizar os diferenciais produzidos no território, de forma articulada com outros produtos e serviços, materiais e imateriais, em um esforço coletivo de construção de uma imagem positiva, adota-se a abordagem da CBST.

A Serra Catarinense é um território cuja história de ocupação moldou profundamente a estrutura fundiária, o modelo de desenvolvimento e os indicadores de desigualdades sociais. Assim, a promoção de dinâmicas territoriais inclusivas exige reconhecer essas marcas históricas e construir estratégias que fortaleçam a agricultura familiar, valorizem os recursos locais e promovam o acesso equitativo às oportunidades de desenvolvimento.

No campo dos produtos alimentares, a valorização territorial pode se dar por meio de canais de comercialização que aproximem consumidores e produtores locais. Para que esses produtos conquistem espaço no mercado, é fundamental que os produtores adotem estratégias inovadoras, articulando sua oferta com outros produtos e serviços do território, criando sinergias. Ao observar o contexto atual do território, marcado pela coexistência entre cadeias produtivas orientadas às *commodities* e iniciativas baseadas na diversidade, não se identifica uma tendência clara de prevalência exclusiva de um único modelo. Embora as produções de *commodities* ocupem posição dominante, as agroindústrias familiares mantêm relevância ao ofertarem produtos diferenciados, diversificados e ancorados nos recursos territoriais.

Nesse cenário, sua presença não se contrapõe ao modelo hegemônico, sendo parte constitutiva de arranjos produtivos híbridos, nos quais a diferenciação, a qualidade territorial e a proximidade com os mercados criam possibilidades concretas — ainda que desigualmente distribuídas — de inserção econômica e reprodução social.

A abordagem da CBST oferece um referencial importante para compreender a dinâmica dos sistemas alimentares alternativos e a construção social dos mercados. Ao integrar produtos e serviços materiais e imateriais que expressam a identidade, a história e os saberes locais, a CBST propõe fortalecer estratégias de valorização territorial que rompem com as lógicas tradicionais do mercado hegemônico. De forma complementar e diferente de enfoques centrados apenas na produção ou nos produtos, a CBST propõe a construção de sinergia entre bens e serviços (públicos e privados), a ativação de recursos territoriais e a construção coletiva da qualidade. Nos sistemas alimentares alternativos, essa abordagem se traduz na aproximação entre produtores e consumidores, fortalecendo relações baseadas em confiança, qualidade diferenciada e vínculos sociais. A construção social dos mercados, nesse contexto, depende da capacidade dos atores territoriais de mobilizar e comunicar esses diferenciais, criando circuitos de comercialização e espaços de consumo que reconheçam e valorizem o vínculo com o territorial, contribuindo para legitimar os critérios de qualidade construídos socialmente. Assim, a qualidade deixa de ser apenas uma imposição normativa ou técnica e passa a refletir um processo compartilhado, no qual produtores e consumidores constroem conjuntamente significados, estabelecem parâmetros e reforçam vínculos de reciprocidade nos mercados territoriais (Schottz; Cintrão; Santos, 2014). Dessa maneira, a CBST se consolida como uma teoria-metodológica de articulação entre produção, comercialização e consumo, com foco para o desenvolvimento territorial sustentável.

Nesse sentido, Pecqueur (2024a) ressalta a importância dos sistemas alimentares territoriais, destacando, em particular, o papel das agroindústrias familiares na transformação de alimentos, majoritariamente voltados para os mercados territoriais. Essas agroindústrias atuam como elementos centrais na valorização dos recursos locais, promovendo produtos que carregam especificidades territoriais. Sua atuação fortalece tanto as relações sociais quanto o consumo de alimentos de qualidade, contribuindo para dinamizar as economias locais e reforçar os vínculos sociais entre produtores e consumidores. A articulação entre a CBST e os

sistemas alimentares alternativos, portanto, revela-se uma via estratégia para a construção de mercados mais inclusivos e ancorados nos territórios.

Na Serra Catarinense, Cazella *et al.* (2019) identificaram diversos elementos que podem compor uma CBST, como o queijo artesanal serrano, a maçã fugi, o mel de melado de bracatinga, os vinhos de altitude e o turismo rural. Aos quais se somam os produtos da sociobiodiversidade presentes no território, a exemplo do pinhão e das frutas nativas. Essas potencialidades, somadas às iniciativas de criação de signos distintivos e à ação de organizações territoriais, representam uma importante especificação territorial. Elas sinalizam não apenas para o aumento da renda de produtores e prestadores de serviços, mas também o fortalecimento de suas ações no território, beneficiando igualmente os consumidores que valorizam a produção local. Dessa forma, vislumbra-se a formação de uma oferta diversificada de produtos e serviços de qualidade, aproximando o território ao modelo de cesta propriamente dito, onde diferentes bens se articulam para impulsionar o desenvolvimento territorial (Ramos *et al.*, 2024).

A valorização dos recursos territoriais específicos cria um ambiente propício à construção de diferenciais competitivos, ancorados na chamada “tripla proximidade” – espacial, cultura e institucional. Essa estratégia não apenas confere maior qualidade percebida aos produtos, mas também fortalece o vínculo com o território, elemento fundamental para sua legitimação e valorização no mercado.

Portanto, é possível afirmar que a abordagem da CBST se manifesta na ação de atores sociais organizados, com potencial para mobilizar recursos específicos da Serra Catarinense e de forma sinérgica criar e ofertar produtos e serviços diferenciados em mercados territoriais. Nos próximos capítulos, será apresentado o estudo empírico com as agroindústrias familiares, no qual se caracteriza e analisa os empreendimentos, bem como as potencialidades da construção social dos mercados.

5 AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES E OS MECANISMOS DE MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS TERRITORIAIS NA SERRA CATARINENSE

O capítulo 5 tem como finalidade apresentar as informações mais qualitativas das agroindústrias familiares e ao situar no território, tendo como propósito aprofundar o segundo objetivo específico do estudo. Em outras palavras, se propõe a destacar o tema das agroindústrias familiares, suas principais características e seu papel na mobilização e valorização dos recursos territoriais. Assim, o foco recai menos sobre a mensuração de variáveis e mais sobre a interpretação dos significados, práticas e estratégias que orientam esses empreendimentos no território.

Inicialmente, é realizado um percurso por diferentes abordagens sobre a construção do conceito de agroindústrias familiares, partindo de diferentes conceitos para se chegar a uma síntese. Essa delimitação busca contribuir com a compreensão do presente estudo e no estabelecimento de políticas públicas. Dessa forma, serão apresentadas algumas políticas públicas e leis que incidem sobre a regularização das agroindústrias, além de destacar algumas de suas limitações no atendimento a um público diversificado de gestores. De forma complementar será conferida relevância aos aspectos que contribuíram para o surgimento dessas iniciativas no território de estudo e de como muitas delas se estabeleceram.

Na segunda seção serão apresentados os dados de pesquisa, que fazem menção aos gestores (familiares e demais envolvidos), mão de obra, estruturas de processamento, matéria-prima, produtos e seus diferenciais e processos organizativos. Os dados apresentados serão analisados a luz da teoria dos sistemas alimentares territoriais e da CBST, tendo como um dos focos a identificação de estratégias de construção de governança entre os atores e a sinergia entre as diferentes iniciativas pesquisadas.

A terceira e última seção desse capítulo objetiva demonstrar as especificidades encontradas nos diferentes territórios que compõem a Serra Catarinense. Nesse contexto, serão analisadas as particularidades que geram diferenças internas no território, demonstrando como os diferentes contextos territoriais impactam as estratégias adotadas pelos gestores das agroindústrias familiares. De forma complementar será dado foco a algumas subcategorias produtivas, bem como aos recursos e ativos específicos territoriais. Em outras palavras, serão destacadas as particularidades das subcategorias que refletem ativos ou recursos territoriais

específicos, para uma melhor compreensão das dinâmicas produtivas e das formas de organização adotadas pelas AIF, evidenciando os desafios enfrentados pelos gestores.

5.1 DIFERENTES ABORDAGENS DE AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES E A TRAJETÓRIA DE CONSTRUÇÃO SOCIAL

No contexto do debate sobre o desenvolvimento rural, a agricultura familiar desempenha um papel fundamental, especialmente, em sua reinserção socioeconômica (Mior, 2005). Estudos conduzidos pela FAO/INCRA, no início dos anos 1990, apontavam o “enfoque agroindustrial” como uma das estratégias para a reintrodução da produção familiar no mercado. Esse modelo buscava integrar a agricultura familiar aos padrões de consumo que valorizam produtos locais, artesanais/coloniais e orgânicos/agroecológicos, os quais ganharam relevância nos debates recentes sobre os sistemas alimentares (Mior, 2005).

No final da década de 1990, a grande indústria alimentícia passou a buscar uma maior aproximação entre as características dos produtos processados com os alimentos *in natura*. Essa tendência surgiu em resposta ao crescimento da demanda de consumidores por uma alimentação que valorizem tradições locais, utilizem ingredientes mais naturais, livres de aditivos e com menor impacto ambiental. Para além das oportunidades criadas por essa demanda, no início dos anos 2000, a agroindustrialização familiar foi fortalecida pela criação de políticas públicas específicas, que evidenciaram a participação de diferentes estruturas do Estado nesse processo. Esse cenário abriu novas oportunidades para a agricultura familiar ativar recursos, contribuindo para que novos produtores acessassem mercados diferenciados e agregassem valor aos seus produtos por meio do processamento.

Para oferecer base à análise, é essencial definir com clareza o conceito desses empreendimentos e os aspectos que os caracterizam, para que suas particularidades sejam reconhecidas e consideradas no desenvolvimento de estratégias e políticas públicas. A ausência de uma delimitação precisa pode gerar dificuldades na formulação e implementação de políticas públicas, além de comprometer o acesso a incentivos e linhas de apoio específicas. Estabelecer critérios que diferenciem os empreendimentos de transformação alimentar familiares de outros modelos produtivos permite não apenas uma melhor orientação das ações governamentais,

mas também fortalece a identidade e a valorização desses estabelecimentos no mercado.

5.1.1 Os conceitos de agroindústria e a agricultura familiar

No Censo Agropecuário de 1995/1996, o IBGE adotava a nomenclatura de “indústrias rurais”, passando a adotar no Censo de 2005/2006 a definição normativa de agroindústria rural, tendo desdobramentos na formulação de políticas públicas:

Atividades de transformação e beneficiamento de produtos agropecuários de origem animal ou vegetal, (...) realizadas em instalações próprias, comunitárias ou de terceiros, a partir de matéria-prima produzida no próprio estabelecimento agropecuário ou adquirida de outros produtores, desde que a destinação final do produto tivesse sido dada pelo produtor” (IBGE, 2006, p. 31).

Essa definição adotada pelo IBGE⁷⁰ destaca que a comercialização deve ser própria, o que permite diferenciar de quando vende seus produtos para outros processarem. Contudo, apresenta dificuldade para identificar os envolvidos na atividade de processamento e beneficiamento, uma vez que o levantamento não distingue o tamanho do “estabelecimento rural” e a origem da mão-de-obra.

Ao focar sua análise nas “agroindústria de pequeno porte”, Prezotto (2002) as considera um empreendimento que reúne as seguintes características: a gestão é realizada pela agricultura familiar, individual ou coletiva; a matéria prima tem origem na propriedade, com uma pequena parte podendo ser adquirida; a mão de obra é majoritariamente familiar; registra-se baixo nível de automatização; há carência de pesquisas que possam adaptar tecnologias para suas necessidades; a escala de produção não é pré-definida e são ajustadas à disponibilidade de mão de obra, capacidade das instalações e ao mercado; ficam localizadas no meio rural e tem baixo custo de transporte; e, por fim, a qualidade do que se produz está associado ao aspecto social, cultural e ambiental.

Essa formulação também apresenta limitações para abarcar a diversidade de empreendimentos que geram novos produtos pela transformação de matéria-prima de origem animal/vegetal ou os oferta via operações de beneficiamento dos produtos agropecuários (secagem, classificação, limpeza). Um exemplo é a restrição na

⁷⁰ Para ver um conjunto de críticas à definição adotada pelo IBGE, consultar Gazolla (2013) e IPEA (2013).

aquisição de matéria-prima para a produção de alimentos, como no caso dos panificados, cujo principal ingrediente (farinha) geralmente é comprado, em vez de ser produzida pelo gestor. Além disso, o critério de baixo custo de transporte pode ser questionável, pois dependendo da localização do mercado consumidor os custos logísticos podem representar um fator significativo para a viabilidade do negócio.

Ao analisar os empreendimentos que realizam vendas de sua produção, Mior (2005) considera o consumidor como parte do conceito, enfatizando que a agroindústria produz valor de troca a ser obtido nos mercados. Para realizar um recorte desses empreendimentos com foco na agricultura familiar, o conceito recebe uma nova adjetivação. Assim, pelo conceito de agroindústria familiar rural entende-se que a localização se dá no meio rural e com foco na venda. Dessa maneira, o autor diferencia a atividade de processamento e transformação de alimentos, que ocorre geralmente na cozinha das casas e visa prioritariamente a produção de valor de uso que se realiza no autoconsumo. Dorigon (2008) adota a mesma nomenclatura em seu estudo sobre os mercados de produtos coloniais na Região Oeste de Santa Catarina. O autor baseia-se no termo utilizado no Pronaf Agroindústria⁷¹, que surge da combinação dos conceitos de agricultura familiar e agroindústria. Dessa forma, o conceito de "Agroindústria Familiar Rural" refere-se a um modelo de menor escala, caracterizado pela flexibilidade e pela gestão direta dos próprios agricultores (Dorigon, 2008).

Para conceituar os empreendimentos de processamento de alimentos que possuem mão de obra familiar, Guimarães e Silveira (2007) discutem o tema a partir da análise de terminologias que apresentam diferentes dimensões. Tendo como universo empírico a agricultura familiar, a ênfase dada pelos autores está na característica artesanal como fator de diferenciação dos produtos, quando comparado aos produtos das grandes agroindústrias. Já Agne e Waquil (2011) denominam de Agroindústrias Rurais Familiares (ARF), os empreendimentos nos quais a agricultura familiar processa alimentos agropecuários no próprio estabelecimento e comercializa no mercado formal ou informal. Ou seja, as vendas podem ocorrer em estabelecimentos que seguem as regulamentações oficiais (emitem notas fiscais, seguem as normas sanitárias e fiscais), ou de forma que não haja nenhum registro

⁷¹ Em 1998, o Pronaf incorporou a linha de crédito denominada Agregação de Renda à Atividade Rural (Pronaf-Agregar) e em 2003 foi renomeada para Pronaf-Agroindústria.

(venda direta ao consumidor, sem nota fiscal ou espaços em que não haja fiscalização).

De maneira geral, se observa que a literatura e as normativas sobre o tema tendem a conceber a agroindústria familiar enquanto uma estrutura de processamento vinculada a uma atividade da agricultura familiar e, conseqüentemente, situadas no espaço rural. Essa concepção retoma o debate da discrepância entre os dados do Censo Agropecuário e da Epagri quanto às diferenças ontológicas de produção, o que nesse caso, se revela na concepção de agroindústria familiar. Os territórios abrigam múltiplas formas de agroindustrialização, muitas das quais não são associadas a família de agricultores e não se localizam exclusivamente ao meio rural. Além disso, uma parcela significativa atua na informalidade no que se refere às normas sanitárias e ambientais. Não menos importante são os casos que se voltam de forma prioritária para o consumo familiar, com vendas esporádicas do excedente

Ao adotar o referencial do desenvolvimento territorial, para o qual a separação entre rural e urbano não é um dualismo, esta tese busca demonstrar que algumas agroindústrias podem ser familiares ativando recursos do território sem necessariamente pertencerem à categoria socioprofissional de agricultores familiares. Essa noção de desenvolvimento exige considerar diferentes conotações que o adjetivo rural pode assumir. Sobre esse tema, Favareto e Berdegú (2018) sugerem que a noção de desenvolvimento rural deve incorporar nove critérios, com destaque para um conceito ampliado de rural, enquanto categoria espacial.

Em um enfoque relacional, rural e urbano são assumidos como interdependentes, no qual a dicotomia entre rural e urbano, ou a extensão e delimitação destes, já não fazem sentido na etapa atual da história (Favareto; Berdegú, 2018). O rural não deve ser considerado apenas como um espaço geográfico, mas como um território em constante interação com o urbano. Nesse contexto, a agroindústria familiar não deve se restringir apenas aos agricultores, mas abranger também outros produtores, os quais sejam reconhecidos como capazes de promover crescimento econômico associado a formas de distribuição inclusivas. A pesquisa realizada reflete essa visão ao analisar municípios predominantemente rurais, com exceção de Lages, que se diferencia dos demais por possuir características de um polo urbano regional. Nos demais municípios, o perfil socioeconômico é tipicamente rural (Veiga, 2002), reforçando a necessidade de compreendê-los como um espaço em transformação e conectado às dinâmicas das

sedes urbanas. Assim, do total de trinta agroindústrias familiares pesquisadas, 22 se localizam no espaço rural (no sentido clássico) e oito em espaço considerado urbano (sedes municipais), mas que mantêm relações com a agropecuária local. Esse dado desafia a noção tradicional de que atividades agroindustriais familiares acontecem exclusivamente no campo e evidencia as dinâmicas de interação e interdependência entre esses dois espaços.

Ao focalizar as relações construídas pelos atores territoriais, este trabalho adota uma abordagem mais ampla de AIF. Os parâmetros não se limitaram às unidades de transformação geridas por agricultores familiares, nem as restringiu àquelas que processam matéria-prima parcial ou totalmente de produção própria, podendo estar localizada no meio urbano ou rural, inclusive com matéria-prima totalmente adquirida, desde que com foco nas relações territoriais. Portanto, a ampliação conceitual adotadas pela tese, permitiu selecionar também empreendimentos situados nas sedes urbanas e periurbanas, com mão de obra predominante familiar e não necessariamente conduzidos por agricultores familiares, mas que se diferenciavam da grande indústria por oferecer alimentos que podem ser considerados ativos territoriais - seja pela artesanidade, cultura, matéria-prima local, novos apelos alimentares. Em complemento, não se limita a uma opção teórica, mas emerge como exigência empírica para compreender a complexidade das práticas que sustentam os mercados territoriais e os sistemas agroalimentares que perfazem o território. O propósito consiste em relacionar as agroindústrias de mão de obra prioritariamente familiar com os preceitos do desenvolvimento territorial sustentável, tanto pela geração de renda e reprodução das famílias, quanto pelos demais benefícios gerados para os consumidores e sociedade local. Para além do viés econômico, a perspectiva do desenvolvimento territorial abrange as questões ambientais e sociais. Nesse cenário, o olhar recai sobre a dinâmica alimentar, tanto no seu aspecto produtivo e promoção da diversidade quanto observando seu potencial de contribuir com a qualidade do produto e do acesso por meio de distintos canais de comercialização existentes no território.

5.1.2 As agroindústrias e a formalização

É importante incorporar na análise que diversas iniciativas de processamento de alimentos no território deparam-se com dificuldades de seguir algumas legislações,

o que resulta em agroindústrias que estão em inconformidade com as questões sanitárias, acarretando na comercialização informal⁷². Essa ausência de estrutura de processamento adequada, conforme a legislação, resulta na não liberação da vigilância sanitária. Isso não significa que há negligência nos cuidados produtivos, para os quais o fazer artesanal e a tradição de consumo se amplia da casa para o mercado. Como a adequação legal contribui para a diversificação de mercados e de visualização de possibilidades pelos empreendimentos, a presente pesquisa buscou contemplar os empreendimentos formais ou em vias de formalização sanitária.

Ao focalizar essa temática pelo ponto de vista histórico e cultural, o processamento de alimentos é uma prática presente na agricultura familiar que remete à subsistência do modo camponês de produção. Anteriormente, os produtos processados eram destinados, em grande parte, para o autoconsumo das famílias rurais (valor de uso). Com o tempo, esses produtos passaram a ser comercializados (valor de troca), tornando-se uma fonte adicional de renda para as unidades de produção familiar (Mior, 2005). Nessa direção, estudos conduzidos por Mior (2005), Dorigon (2008) e Reiter *et al.* (2019) indicam que a maioria das agroindústrias familiares teve início na informalidade, muitas vezes, na própria cozinha das residências. A formalização desses empreendimentos geralmente ocorre apenas após a consolidação de um mercado e o alcance de uma demanda suficiente. Mesmo quando informais, essas iniciativas já se configuram como empreendimentos e seu amadurecimento permanece fundamentado no saber-fazer e na tradição de transformar a produção artesanalmente, iniciada na cozinha (Reiter *et al.*, 2019). Em outras palavras, a adequação às regulamentações sanitárias não é um ponto de partida, mas uma etapa dentro de um percurso mais amplo de consolidação de mercados. Mesmo na informalidade os produtores já estão construindo mercados, ao estabelecer vínculos de confiança com consumidores, definir padrões de qualidade, criar reputação e organizar formas de comercialização. Com o tempo, essas práticas e relações se fortalecem e geram a necessidade e a viabilidade da formalização, que passa a ser um instrumento de ampliação e diversificação de mercados, com acesso a novos canais de comercialização. Nesse sentido, a regularização é um desdobramento de um processo social e econômico pré-existente, e não apenas uma exigência burocrática, pois reconhece, legitima e potencializa práticas que já

⁷² No próximo capítulo será aprofundado o tema da comercialização das AIF.

constituem formas concretas de construção de mercados territoriais. Assim se produz o queijo, uma geleia ou panificado, por exemplo.

De forma paralela, há AIF que carregam uma prática cultural, de conhecimento familiar, o qual é convertido em habilidade de empreender em um processamento específico. Esse é o caso das agroindústrias de panificados, sucos e outros alimentos pesquisadas na Serra Catarinense. Contudo, compreender essas experiências apenas como expressão de um “resgate cultural” pode sugerir uma visão estática e museológica da cultura, desconsiderando seu caráter dinâmico e relacional. Nessa perspectiva, e em diálogo com o enfoque da democracia alimentar, a cultura deve ser entendida como prática viva, constantemente recriada nos modos de vida, nos conhecimentos e nas estratégias de reprodução social das famílias. Assim, as AIF ganham sentido não apenas como formas de preservação de um passado, mas como expressão de autonomia e protagonismo dos gestores na mobilização de recursos e na construção de mercados ancorados territorialmente.

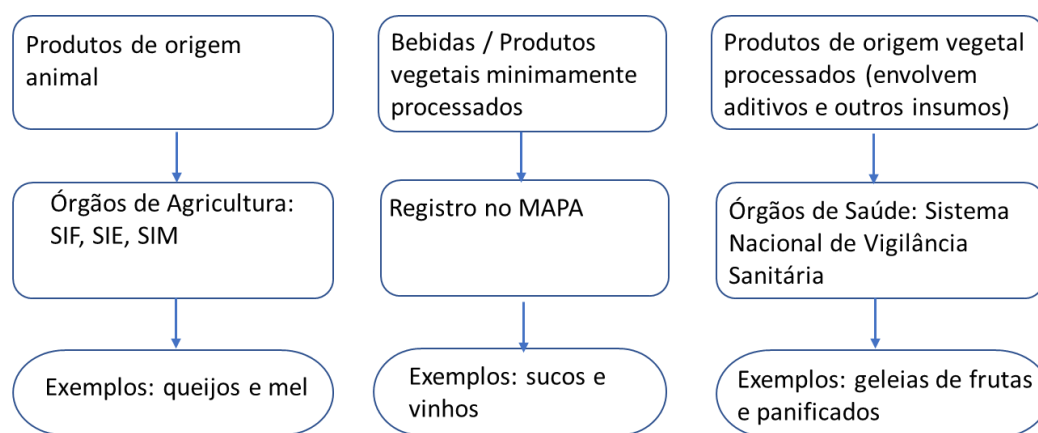
A criação de uma AIF reflete um processo de reorganização de recursos por parte da agricultura familiar, frequentemente em colaboração com suas organizações associativas e com o suporte do poder público (Souza, 2021). Em outras palavras, para além do acúmulo sobre processamento e beneficiamento, as AIF surgem a partir da diversidade de características organizativas, sociais e de relação com o que se produz. A comercialização, nesse contexto, é uma etapa fundamental para o empreendimento familiar, que busca não apenas vender seu produto, mas também destacar sua qualidade e seu diferencial associado à especificidade territorial e produtiva, funcionando melhor quando existe organizações territoriais envolvidas no processo.

Com base em diversos estudos, Agne e Waquil (2011) destacam algumas motivações para a formalização das AIF no Brasil: i) a interação entre agricultores familiares e agentes de extensão rural; ii) a preservação do saber-fazer tradicional das famílias; iii) a estratégia para agregar valor à produção agropecuária. Além de representar uma alternativa de renda, esses empreendimentos contribuem para a diversificação produtiva e a permanência das famílias no meio rural, reduzindo os riscos econômicos da atividade agropecuária ou das atividades urbanas que atuam.

Para a inspeção sanitária existem vários sistemas no Brasil, cuja divisão ocorre por: origem da matéria-prima e tipo do produto final (animal ou vegetal); e esfera do governo (federal, estadual ou municipal), como ilustrado na Figura 6. Além das três

esferas administrativas, nos anos 2000, surgiram os primeiros consórcios municipais com atribuições do Serviço de Inspeção Municipal (SIM) com objetivo de fortalecer a inspeção sanitária em pequenos municípios. Esses consórcios permitem que produtos fiscalizados pelo SIM possam ser comercializados entre os municípios consorciados, facilitando a inclusão de pequenos produtores no mercado formal. Assim, tem-se a figura a seguir:

Figura 6- Tipos de Sistema de Inspeção Sanitária e os respectivos órgãos responsáveis



Fonte: Adaptado de Prezotto (2021).

Nota: SIM - Serviço de Inspeção Municipal; SIE - Serviço de Inspeção Estadual; SIF - Serviço de Inspeção Federal; MAPA: Ministério da Agricultura e Pecuária.

Para os produtos de origem vegetal, a regulamentação ocorre em nível federal, estando sob a responsabilidade da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), vinculada ao Ministério da Saúde. A fiscalização para a criação de agroindústrias familiares fica a cargo dos departamentos de Vigilância em Saúde das Secretarias Estaduais de Saúde e da Secretaria Municipal da Saúde (Souza, 2021; Cenci, 2022). Já a produção de origem animal pode ser ajustada à escala de comercialização, podendo ter regulamentação do município. Como nem sempre esse último tem condições de organizar essas estruturas, os consórcios públicos intermunicipais representam uma alternativa. Esse o caso do Cisama, que atua na regulamentação das agroindústrias que processam produtos de origem animal no território da Serra Catarinense (Souza, 2021). Desse modo, amplia as possibilidades de comercialização, em especial, das agroindústrias familiares nos mercados formais e contribui para a construção de uma imagem positiva do território.

O SIM por ser utilizado para produtos de origem vegetal, estendendo-se para produtos de origem animal e possibilita a comercialização local e a participação no mercado institucional, incluindo programas como o PNAE e PAA. Quando executado por meio de consórcios intermunicipais, também permite a comercialização entre os municípios que compõem a associação, a exemplo da atuação do Cisama no território (Figura 8). Quando a atuação se restringe ao local, oferece autonomia para a elaboração de uma legislação mais adequada à realidade da pequena agroindústria, do processamento artesanal e da venda direta. Tanto o SIM quanto o Serviço de Inspeção Estadual (SIE) podem estabelecer normas específicas sobre instalações, equipamentos e práticas operacionais voltadas à agroindústria de pequeno porte (Prezotto, 2021).

Figura 8- Rótulo da Marca Coletiva Sabor Serrano utilizada nas embalagens de panificados, produtos de origem vegetal e animal



Fonte: Acervo pessoal da autora (2022).

Uma nova possibilidade foi criada com o Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal (SISBI/POA), integrante do Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (SUASA), que permite equivalência ao Sistema de Inspeção Federal (SIF). Quando o consórcio adere ao sistema e se adequa à legislação, a comercialização pode ser dar em todo o território nacional, desde que o município comprove equivalência na fiscalização, estrutura e legislação exigidas pelo Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), garantindo os mesmos objetivos e resultados. Esse sistema simplifica o processo de registro de agroindústrias de pequeno porte,

reduzindo exigências estruturais e permitindo que o responsável técnico possa ser substituído por profissionais de órgãos governamentais, do setor privado ou por técnico de assistência técnica (Prezotto, 2021). Além disso, as análises laboratoriais obrigatórias, como no caso do leite, podem ser viabilizadas por investimentos do poder público municipal, suprimindo uma necessidade essencial para muitos pequenos produtores que dependem do apoio de políticas públicas.

No âmbito dos produtos de origem animal das AIF, o reconhecimento da qualidade avançou com a criação do Selo Arte, instituído pela Lei nº 13.680/2018 e regulamentado pelo MAPA em 2022. Este selo não se configura como uma modalidade de inspeção sanitária, mas um reconhecimento oficial, concedido pelos estados federados, a produtos elaborados com métodos tradicionais e boas práticas agropecuárias e de fabricação. Sua principal inovação está em permitir a comercialização em escala nacional de produtos artesanais de origem animal, mesmo que o empreendimento tenha somente o SIM. A conquista desse direito é fruto de décadas de luta da agricultura familiar, que posteriormente foi encampada por comerciantes, chefes de cozinha, técnicos e outros atores e se concretizou com a criação da Lei nº 13.680, de 14 de junho de 2018. De acordo com o Artigo 10 da referida lei, a comercialização interestadual de alimentos produzidos de forma artesanal é permitida, desde que sejam elaborados com métodos tradicionais ou regionais próprios, sigam boas práticas agropecuárias e de fabricação e sejam fiscalizados pelos órgãos de saúde pública estaduais ou do Distrito Federal, para além do municipal (Brasil, 2018).

Para obter o Selo Arte, os produtos devem atender requisitos específicos, como: ter origem determinada das matérias-primas, utilizar predominante de técnicas manuais, ser processado por pessoas com domínio integral do processo produtivo, cumprir boas práticas agropecuárias, manter a identidade cultural e regional do produto e limitar o uso de ingredientes industrializados, sendo vedado o uso de corantes e aromatizantes cosméticos (Brasil, 2022). Em conjunto com o Selo Arte, que oferece potencial de ampliar a abrangência de comercialização, alguns dos produtos pesquisados agregam outros signos distintivos com vistas a valorizar a qualidade, como a marca coletiva Sabor Serrano, além de uma marca própria do empreendimento, como é possível observar na Figura 09.

Figura 9- Exemplos de produtos que utilizam mais de um signo distintivo



Fonte: Acervo pessoal da autora (2022).

A utilização de múltiplos signos distintivos contribui para a valorização e diferenciação dos produtos no mercado, ampliando sua credibilidade e atratividade para os consumidores. O Selo Arte, por exemplo, garante que o produto foi elaborado de forma artesanal, enquanto a marca coletiva Sabor Serrano reforça a identidade territorial da Serra Catarinense. Já a marca própria permite que o produtor construa sua identidade individual no mercado. Essa combinação, além de ampliar o reconhecimento dos produtos, pode abrir novas oportunidades de acesso a mercados diferenciados.

Outro avanço da legislação quanto a inclusão e inovação, foi a publicação da RDC nº 49/2013 da Anvisa⁷³, que estabeleceu normas diferenciadas para alimentos produzidos por agricultores familiares, microempreendedores e empreendimentos econômicos solidários. Essa resolução representou um marco importante na regulação sanitária, ao reconhecer a necessidade de adotar critérios diferenciados para realidades distintas, evitando a imposição de exigências uniformes a contextos desiguais. Seu caráter, portanto, é essencialmente facilitador e orientador, ao buscar garantir a qualidade dos produtos e a segurança alimentar e nutricional sem recorrer ao nível de burocracia comumente presente em normas similares. De forma igualmente inédita no país, a resolução reconheceu a importância de proteger a

⁷³ A Resolução da Diretoria Colegiada nº 49 (RDC nº49/2013) é uma norma técnica editada pela Anvisa, cujo objetivo é regulamentar e padronizar procedimentos relacionados à produção, distribuição, comercialização e fiscalização de produtos e serviços que possam impactar a saúde da população. Nesse sentido, a RDC busca garantir a segurança sanitária e a qualidade dos alimentos, dialogando com os princípios da Segurança Alimentar e Nutricional, ao mesmo tempo em que orienta os processos de adequação legal e técnica dos empreendimentos.

produção artesanal, valorizando costumes, hábitos e saberes tradicionais sob a perspectiva do multiculturalismo dos povos, comunidades tradicionais e agricultores familiares (Schottz; Cintrão; Santos, 2014). Contudo, apesar de representar um instrumento estratégico para inclusão produtiva e formalização das agroindústrias familiares, ainda não está consolidada como prática recorrente em razão das pressões por maior uniformização regulatória.

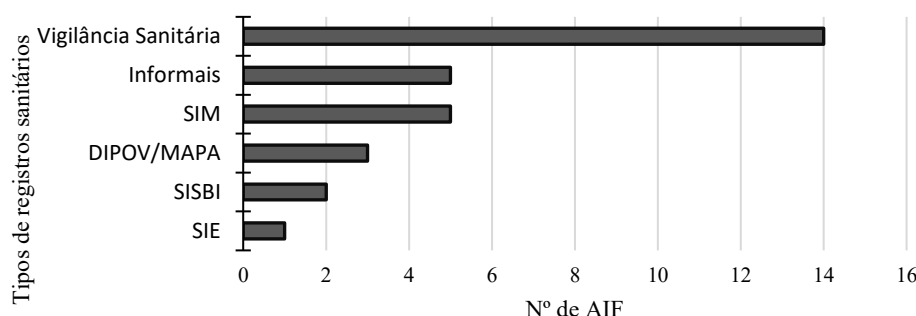
Embora algumas normas e exigências sanitárias tenham avançado no reconhecimento das especificidades da agricultura familiar, algumas exigências impostas às AIF geram tensões no contexto da produção artesanal (Grisa *et al.*, 2020). Esse cenário evidencia a diferença entre qualidade regulada por normas técnicas e a qualidade construída socialmente, vinculada à cultura, ao território e às relações de confiança.

Na pesquisa, foram observados 25 empreendimentos devidamente formalizados, ou seja, com registro sanitário ou serviço de inspeção sanitária (Gráfico 1). Para catorze AIF, a regulamentação é feita pela vigilância sanitária, tratando-se de alimentos de origem vegetal, panificados, sorvetes, granola e cogumelos.

Entre as AIF formalizadas que processam produtos de origem animal (queijo, mel e ovos), o SIM é a forma de acesso à regulamentação para cinco e o SIE para uma delas. Já o SISBI regulamenta dois empreendimentos de produtos de origem animal, voltados para o processamento de carnes. Por fim, a Diretoria de Inspeção de Produtos de Origem Vegetal (DIPOV), no âmbito do Ministério da Agricultura e Pecuária, é responsável pela regulamentação dos três empreendimentos de bebidas (vinhos e sucos), sendo uma delas também produtora de geleias (correspondendo à subcategoria de diversificados).

Ressalta-se que uma queijaria tem o alvará da vigilância sanitária, que autoriza o funcionamento do estabelecimento do ponto de vista das condições gerais de higiene, infraestrutura e boas práticas de manipulação de alimentos. No entanto, isso não equivale à autorização para comercialização do queijo dentro das normas legais. Para isso, é indispensável o registro no Serviço de Inspeção o qual depende da indicação de um responsável técnico, ainda não efetivada.

Gráfico 1 - Distribuição das AIF pesquisadas na Serra Catarinense, segundo a informalidade e os tipos de registros sanitários



Fonte: Pesquisa de campo (2022).

Ressalta-se que treze AIF utilizam a Marca Coletiva Sabor Serrano, podendo comercializar nos dezoito municípios do território. Trata-se de processados de origem vegetal, animal, panificados e outros (cogumelos e sorvetes). Já o Selo Arte é adotado por cinco AIF de processamento de produtos de origem animal, entre os quais está o mel de melato. Tanto a marca coletiva quanto o Selo Arte permitem ampliar a abrangência de comercialização.

5.1.3 O papel do estado e das organizações de apoio às AIF

Nos territórios rurais, as AIF representam possibilidades concretas para obtenção de renda e, consequentemente, a permanência de famílias de agricultores no campo, além de representar um modelo que se contrapõe às grandes agroindústrias concebidas e difundidas a partir dos anos 1960. Nas análises de ações gestadas por atores locais, as AIF são apontadas como alternativas capazes de distribuir benefícios sociais de forma mais equilibrada que a produção convencional (Prezotto, 2002; Mior, 2005). As AIF podem mobilizar formas inovadoras na transformação de produtos, construção de mercados territoriais e, em última instância, assumir um papel de destaque na construção da CBST. Seus produtos podem ser associados a distintas formas de serviços, mobilizando qualidades relacionadas a fatores culturais, ambientais e ao saber-fazer dos atores locais. Nesse caso, o potencial de inclusão social aparece tanto na geração de oportunidades aos produtores quanto pelos canais de venda direta favorecerem preços mais acessíveis a uma parcela maior da população do território.

Em estudo realizado por Mior (2005) a partir dos dados do IBGE de 1995/96, os estabelecimentos rurais com menos de 50 hectares em Santa Catarina são responsáveis por mais de 80% dos produtos transformados ou beneficiados no meio rural, demonstrando sua concentração na agricultura familiar. Essas experiências de transformação de produtos, que envolvem milhares de agricultores familiares, formam a base das chamadas agroindústrias rurais do estado, consolidando-se a partir do final da década de 1990 (Mior, 2005).

No território da Amures, dados censitários de 2017 apontam que 1.178 agroindústrias estavam em estabelecimentos com até 100 hectares, representando 60,9% do valor dessa produção. Segundo a classificação do IBGE, a agricultura familiar da Serra Catarinense responde por 42,8% do valor da produção e 46,3% do valor das vendas dos produtos agroindustrializados, sendo realizada em 938 estabelecimentos. Ao observar a segmentação por tipos de produtos, verifica-se que a participação relativa da produção familiar serrana predomina entre os lácteos, panificados, doces, geleias e carnes.

Como um indicador da importância que esses empreendimentos podem assumir para as famílias, 83 % (25) dos gestores entrevistados na pesquisa na Serra Catarinense declararam que a agroindústria é a principal fonte de renda da família. Além do aspecto financeiro, a renda gerada pelas AIF contribui para a segurança alimentar e nutricional das famílias, viabilizando a aquisição de produtos não cultivados na propriedade. As estratégias adotadas pelas famílias para ampliar as oportunidades de comercialização recebem forte contribuição de redes de proximidade social que envolvem produtores, instituições locais (governamentais e não-governamentais), proprietários de estabelecimentos comerciais, agentes da sociedade civil e consumidores, fortalecendo a inserção desses empreendimentos no mercado (Agne e Waquil, 2011). Com base nos conceitos da CBST, a ação de cada unidade produtiva pode ser ampliada a partir das interações com outros atores do território, como instituições públicas e organizações associativas, intermediários e consumidores, que compõem um tecido de relações socialmente construídas. Essas interações, contudo, são atravessadas por negociações, assimetrias e disputas que moldam os resultados alcançados.

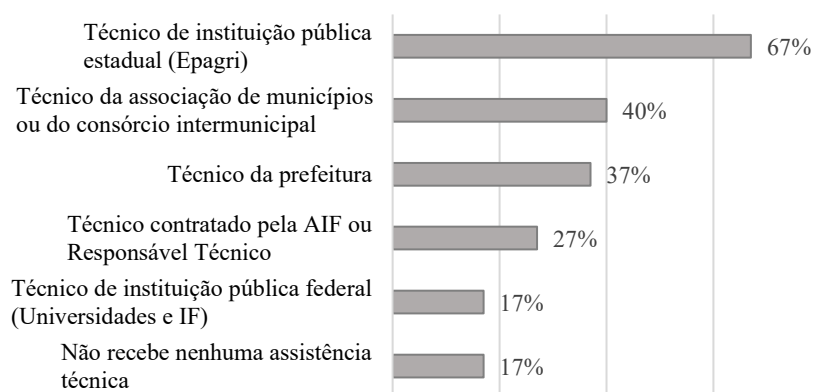
Nas entrevistas com os gestores das AIF, ficou evidente a relevância das organizações que prestam algum apoio técnico e informacional. As empresas públicas de assistência técnica e extensão rural são responsáveis por 73 % do suporte;

Senar/Sebrae por 27 %; cooperativas ou associações por 17 %; e sindicatos por 13 %. Essas redes de forma articulada contribuem não apenas para o surgimento, mas para a sustentabilidade das AIF. São essas organizações que, muitas vezes, contribuem com o processo produtivo, com a criação de condições para registro sanitário, comercialização e para ofertar capacitações e treinamentos focados na necessidade do gestor e das famílias.

A importância dessas redes também ocorre em outras esferas. Dessa maneira, os gestores e a família fazem parte de atividades ou integram diversas organizações coletivas, a exemplo dos fóruns de economia solidária, clube de mães, grupos informais de agricultores etc. Nesses espaços, os gestores e as famílias criam sociabilidade, obtêm informações, criam relações com potenciais consumidores e que possivelmente venham a contribuir com a divulgação e marketing dos produtos.

Em relação ao tipo de suporte, de forma mais específica, a presença da assistência técnica junto a essas organizações é fundamental para um engajamento maior dos gestores na atividade de agroindustrialização. Esses agentes do desenvolvimento são incentivadores das AIF por meio das ações técnicas que vão desde a produção até a comercialização. Na Serra Catarinense, 83% das AIF recebem alguma assistência técnica, que pode ser ofertada por diferentes instituições – entre os quais se destacam os atores públicos (Gráfico 2). Como destacam Agne e Waquil (2011) e Souza (2021), o poder público e as políticas públicas são outro elemento essencial no desenvolvimento das AIF.

Gráfico 2 - Porcentagem e tipos de assistência técnica que ofertam apoio técnico às AIF.



Fonte: Pesquisa de campo (2022).

Apesar da importância das políticas públicas pensadas na esfera federal, as entrevistas revelam que as instituições estaduais e municipais são centrais. Ao resgatar o histórico das ações públicas no estado de Santa Catarina destaca-se o Programa de Desenvolvimento da Agricultura Familiar Catarinense pela Verticalização da Produção (Desenvolver/SC), implementado em 1998 e vigente entre 1999 e 2001. No ano 2000, a esse se somou o programa federal denominado Pronaf-Agregar, que posteriormente passou a se chamar Pronaf-Agroindústria⁷⁴. Como resultado, muitas organizações de agricultores foram incentivadas a ampliarem a produção, realizar adequação às exigências sanitárias e fiscais, com redução de custos de selos, marcas e rótulos. Essas ações oportunizaram e fortaleceram empreendimentos e contribuíram para a criação de redes e parcerias interinstitucionais.

Outro projeto do estado catarinense foi o "Agregação de Valor", conduzido pela organização de extensão rural catarinense desde 1997, renomeado para "Gestão de negócios e mercado" a partir de 2008. A esse se somam ações do Programa Santa Catarina Rural ou SC Rural (2010-2017), uma política pública de apoio e fortalecimento às redes de agricultores em suas estratégias de inserção nos mercados, desde as já existentes até as novas iniciativas (Mior *et al.* 2019). Além disso, ONGs e Universidades de Santa Catarina ofereceram apoio técnico e organizacional, contribuindo para fortalecer a agroindustrialização familiar no estado. Entre as mais reconhecidas estão a Apaco, o Centro Vianeir, o Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo – Cepagro, a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e outras parcerias entre organizações governamentais e não-governamentais (Santos, 2006; Schmidt; Turnes, 2017).

Ao observar os atores públicos e associativos, é relevante destacar que diversas entidades atuaram como proponentes do Programa Desenvolver, entre elas a Fundação de Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (Funcitec), o Cepagro, e a Apaco, além de prefeituras municipais e entidades parceiras (Santos, 2006). Na Serra

⁷⁴ Trata-se de uma modalidade específica de crédito do Governo Federal dentro do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf). A primeira linha de crédito para investimentos em agroindústrias familiares, denominada Agregação de Renda à Atividade Rural (Pronaf-Agregar), foi criada pelo Governo Federal no início dos anos 2000. Essa iniciativa foi renomeada, em 2003, para Pronaf Agroindústria.

Catarinense, a agroindustrialização familiar começou a ser mencionada a partir da experiência do Programa Desenvolver. A primeira iniciativa de ação pública relatada refere-se a um laticínio criado em 2004, em Otacílio Costa, o qual contou com o apoio do Centro Vianeí e passou a fornecer leite para o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA). Logo depois, essa ONG e a associação de mulheres (Renascer) de Urubici deram início ao processamento de pinhão.

Segundo Prezotto (2021), durante a década de 1990, os principais desafios para a agroindústria familiar eram a escassez de equipamentos adaptados para a pequena escala, a ausência de políticas públicas específicas, uma legislação sanitária inadequada e o preconceito com relação à produção em pequena escala e artesanal. Com a criação do Pronaf, em 1995, a agricultura familiar foi fortalecida por linhas de crédito e outras políticas de apoio à produção e investimentos. Já nos anos 2000, foi instituído o Pronaf Agroindústria, uma linha específica para financiar a equipamentos, construção e reformas de unidades de processamento. Os debates em torno das organizações que executavam esse Programa contribuíram com as primeiras tentativas de reformular a legislação sanitária federal para atender às necessidades dos pequenos produtores, apresentado acima (Consórcios; SISBI; Selo Arte).

Em 2003, o Pronaf Agroindústria deixou de ser apenas uma linha de crédito e passou a ser um Programa de Agroindustrialização da Produção da Agricultura Familiar, incentivando a comercialização em diversos mercados, sem perder o vínculo com a produção local. A agroindustrialização passa a ser “um instrumento para operacionalizar o modelo de desenvolvimento sustentável, considerando as diversas dimensões” (Prezotto, 2021). Ao procurar traçar um paralelo temporal entre a criação dessas políticas e a criação das agroindústrias, a pesquisa conduzida na Serra Catarinense revelou que seis, dos trinta empreendimentos analisados, foram criados entre 1978 e 2001, ainda que operassem informalmente. Entre 2002 e 2011, surgiram mais doze empreendimentos, enquanto os demais doze datam a partir de 2012 até 2020. No que se refere ao financiamento, 67 % dos gestores das AIF recorreram a uma única fonte de investimento, podendo ser própria ou de outra fonte. Os que utilizaram exclusivamente recursos próprios somam 53 % dos gestores entrevistados. Para 47 % AIF foram utilizadas uma ou múltiplas formas de financiamento, que não apenas recursos próprios em capital de giro, incluindo diferentes linhas do Pronaf (Agroindústria, Mais Alimentos, Custeio, Investimento), além de recursos provenientes da Secretaria de Agricultura de Santa Catarina, da Epagri e de instituições bancárias.

Em determinados momentos, algumas AIF precisaram interromper ou reduzir suas atividades devido a fatores como questões pessoais dos gestores, impactos da crise sanitária de Covid-19 ou dificuldades na obtenção de matéria-prima de qualidade. Para garantir a sustentabilidade de seus empreendimentos, os gestores das AIF adotam diversas estratégias, como a inovação na criação de produtos, a proximidade com os consumidores e a adaptação às suas demandas. Além disso, buscam constantemente expandir seus mercados e garantir a manutenção da qualidade, tanto dos produtos quanto de sua apresentação, assegurando que estejam sempre frescos. Essas ações são fundamentais para a competitividade e a fidelização dos clientes, fortalecendo a agroindústria familiar no mercado. Uma melhor caracterização dos empreendimentos, dos gestores e dos produtos processados serão abordados a seguir.

5.2 CARACTERIZAÇÃO DOS GESTORES, DAS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES E DOS PROCESSOS DE ATIVAÇÃO DE RECURSOS TERRITORIAIS

A organização das AIF pode assumir diferentes formatos. A forma mais simples é de empreendimento individual, assim classificada quando há apenas uma pessoa responsável por todas as tarefas, além do trabalho estar muito mais relacionado a um propósito pessoal. Mesmo contando com a colaboração eventual ou permanente de um membro da família, a agroindústria se mantém sob a gestão de um indivíduo. Em outros casos o empreendimento envolve a família, não ficando restrita ou centrada em uma pessoa. Já as cooperativas reúnem várias famílias e funcionários contratados em torno do processamento coletivo. Com um grau de complexidade intermediário, a sociedade empresarial envolve mais de uma família, a exemplo de uma agroindústria gerida por dois casais que decidiram empreender juntos em uma mesma atividade. Com base nesses critérios, 67 % dos gestores entrevistados se classificam como familiares, 23 % como individuais, 7 % como cooperativa e 3 % como sociedade empresarial. De modo geral, os empreendimentos serão tratados como agroindústrias familiares, em razão da gestão familiar, participação de membros da família, transferência de conhecimento familiar, utilização de recursos próprios, relação direta com a comunidade, enfim, pela sua flexibilidade e formas de adaptação, presentes em algum grau em cada unidade pesquisada e que serão abordadas ao longo do texto.

Compreender quem são os gestores das AIF é essencial para entender a dinâmica desses empreendimentos e sua relação com a produção. Em 90% das entrevistas, os gestores relataram que suas famílias são originárias do próprio território, enquanto 7% vieram de outras regiões de Santa Catarina e 3% de outro estado. Além disso, foi mencionado que duas famílias descendem de imigrantes italianos que vieram para o Brasil, sendo que, em um caso, a família migrou para Santa Catarina e, no outro, estabeleceu-se inicialmente em outro estado. A cultura italiana é parte dos produtos desses dois empreendimentos, pois trata-se de um saber-fazer passado entre as gerações e que foram aprimoradas.

Em geral, os gestores possuem forte vínculo com o meio rural, e suas trajetórias estão associadas ao conhecimento tradicional e à valorização do saber-fazer, muitas vezes transmitido por gerações. A predominância das agroindústrias no espaço rural reflete uma estratégia de agregar valor à produção primária diretamente no local de origem. Nesse contexto, ao serem questionados sobre a estrutura utilizada para a fabricação dos produtos, 80% dos gestores mencionaram contar com uma instalação própria, seja na propriedade, ou fora dela, em instalação coletiva ou de terceiros. Porém, todas são consideradas com condições adequadas para o processamento, o que sugere um esforço para estruturar e formalizar a produção, garantindo maior controle sobre os processos e atendendo às exigências sanitárias e de mercado. Os 20 % das famílias que beneficiam ou processam na cozinha da residência, 10 % beneficiam produtos de origem vegetal, 7% são de agroindústrias da subcategoria de diversificados e 3% corresponde ao beneficiamento de panificados. No entanto, todos investiram recursos próprios para adequar e equipar o espaço.

Um número expressivo de gestores (43 %) iniciaram suas agroindústrias a partir da valorização do saber-fazer e da tradição familiar, buscando agregar valor aos produtos e gerar renda adicional; 40 % investiram em algo em que vislumbraram uma oportunidade de renda pelas condições propícias do território, seja como um recurso específico ou um recurso adaptado às condições climáticas do território, seja pela oportunidade propiciada pelo turismo existente; e 17 % resolveram empreender em algo que conciliava afinidade e realização pessoal com atividade produtiva. Em síntese, assim como observado por Capellesso *et al.* (2025), a origem da maioria das AIF está associada a experiências híbridas, nas quais se entrelaçam dimensões econômicas, culturais e identitárias, reafirmando a centralidade dos elementos

extraeconômicos na dinâmica de desenvolvimento territorial sustentável e na construção de sistemas alimentares localizados.

Na relação entre gênero e função de gestão das agroindústrias familiares, foi constatado que um homem é o principal gestor em 53 % dos casos e uma mulher em 47 %. A figura do segundo gestor aparece em 67 % das AIF, nas quais a representação das mulheres aparece com 60 % de ocorrências e de homens em 40 %. É possível inferir que a participação das mulheres na gestão (de forma individual, gestora principal, segunda gestora ou sócias) das AIF chega a 70 % das agroindústrias pesquisadas, sendo que em 30 % das AIF a gestão é exclusivamente por mulheres. Em pesquisa realizada com AIF no Extremo Oeste Catarinense, Capellesso *et al.* (2025), também identificaram a presença das mulheres como principais gestoras dos empreendimentos. No estudo, foi verificada a presença feminina como gestora em 46% das AIF, contribuindo com o equilíbrio das relações de gênero. Na unidade agrícola, geralmente, as mulheres se ocupam das atividades domésticas e do quintal, na qual se inserem o beneficiamento e processamento. Essa atividade de transformação alcança outro patamar quando não é mais realizada na cozinha da casa, e os dados demonstram que a mulher continua sendo parte responsável pela produção. Nesse caso, a valorização passa a ser não apenas do recurso territorial, mas também do trabalho e do conhecimento feminino, reconstruindo espaços de relações. As estratégias de qualificação territorial a partir das AIF dependem da capacidade organizativa, relacional e produtiva de atores – em grande medida, mulheres – que mobilizam conhecimentos locais, redes comunitárias, práticas artesanais e vínculos de confiança.

Quanto à média de idade dos gestores, observa-se que a maior concentração de gestores está entre 45 e 54 anos (30% para os gestores 1 e 36% para os gestores 2), seguida pela faixa de 55 a 64 anos (24% dos gestores 1 e 16% dos gestores 2) e, por último, a de 35 a 44 anos (20% dos gestores 1 e 21 % dos gestores 2). A predominância de pessoas com idade entre 45 e 64 anos indica experiência consolidada, mas também uma possível limitação na renovação geracional. Apesar da origem de muitas AIF ser recente, isso indica que a maioria dos gestores conta com experiência e maturidade, base para construção de uma trajetória na administração dos empreendimentos. Além disso, a presença de gestores mais jovens, embora em menor número, pode apontar uma possível renovação geracional

dentro das AIF. Em estudos conduzidos por Reiter *et al.* (2019), verificou-se que 68 % dos responsáveis pelas agroindústrias familiares possuíam mais de 45 anos.

Em relação à escolaridade, todos são alfabetizados e a maior parte dos gestores concluiu o ensino médio. Contudo, o ensino fundamental não foi concluído para 20 % dos gestores 1 e 21 % dos gestores 2, nível acessado de forma completa por 20 % dos gestores 1 e 11 % dos gestores 2. O ensino médio completo foi acessado em 34 % para o principal gestor e 32 % para o segundo. Os demais contam com ensino superior (13 % dos gestores 1 e 26 % dos gestores 2) e outros com pós-graduação (13 % dos gestores 1 e 10 % dos gestores 2).

A escolaridade desempenha um papel fundamental na gestão das AIF, oferecendo bases a algumas habilidades de gestão, tomada de decisão e inovação. Esses conhecimentos podem ser mobilizados para qualificar os gestores e influenciar significativamente o desempenho e a sustentabilidade dos empreendimentos familiares. A escolaridade também facilita o acesso dos gestores a programas de apoio e financiamento pelas políticas públicas voltadas à agricultura familiar e agroindústria. Além disso, a compreensão das normas legais e exigências fiscais é fundamental para a regularização das atividades e a obtenção de selos e certificações de qualidade. Embora a escolaridade seja importante, vale ressaltar que a experiência prática, o conhecimento tradicional e a relação com a comunidade também desempenham papéis vitais no sucesso das AIF. A combinação de escolaridade com a sabedoria adquirida ao longo das gerações cria uma base sólida para o crescimento e a continuidade desses empreendimentos.

Em síntese, a combinação entre o protagonismo feminino associada à experiência adquirida com a idade das gestoras expressa um avanço em termos de autonomia e reconhecimento das mulheres rurais, que vai além da gestão produtiva: trata-se de uma atuação que combina saberes práticos, responsabilidade econômica e compromisso coletivo, aspectos fundamentais para a vitalidade das redes agroalimentares territoriais. Entretanto, essa configuração também revela limites estruturais e persistentes nas condições de reprodução social das famílias rurais. O protagonismo feminino nas AIF ocorre, muitas vezes, em contextos de sobrecarga de trabalho e baixa valorização econômica e simbólica do papel das mulheres na agricultura, evidenciando que a autonomia conquistada é, em parte, tensionada por desigualdades de gênero ainda enraizadas. Nesse sentido, pensar o fortalecimento das agroindústrias familiares sob uma perspectiva territorial requer políticas

integradas de cuidado, formação e renda, que reconheçam as mulheres como agentes centrais na inovação social e na ativação dos recursos territoriais. Ao mesmo tempo, é necessário criar condições materiais e simbólicas que tornem o meio rural um espaço viável e atrativo para as novas gerações, superando a lógica de êxodo e a reprodução de modelos produtivos excludentes.

Embora o trabalho seja geralmente executado pelos gestores, a qualificação da equipe de trabalho ainda é um desafio. Mesmo todos os empreendimentos devendo seguir as normas de Boas Práticas de Fabricação (BPF), os resultados apontam que o conhecimento prático é mais comum de ocorrer do que a formação técnica em BPF, ou mesmo dispor do manual nas unidades de processamento ou beneficiamento. Para garantir a qualidade e segurança dos alimentos processados é essencial para as AIF o conhecimento em BPF. Por exigência da Anvisa, as AIF devem elaborar um manual com informações da rotina do estabelecimento, desde a limpeza do ambiente, os procedimentos de produção, até a venda ao consumidor. Para tanto, é necessária a capacitação para que as legislações sejam atendidas e as responsabilidades sejam cumpridas. Das AIF pesquisadas, apenas 50 % delas possuem o manual nos seus estabelecimentos. Quanto à forma de conhecimento, 93 % dos gestores possuem conhecimento prático em BPF, e 73 % realizaram curso de curta duração para se aperfeiçoarem na área. Esse conhecimento pouco se estende a outros envolvidos na produção: 26% dos familiares que trabalham na AIF possuem experiência prática em BPF, e apenas 10 % realizaram o curso de curta duração, o que sugere que a maioria adquiriu o conhecimento de maneira informal, dentro da própria unidade produtiva. Das AIF que empregam funcionários fixos ou temporários, 31 % contam com trabalhadores que possuem conhecimento prático nesse tema, mas nenhum com formação técnica. Os números apontam que, embora o conhecimento sobre boas práticas esteja presente no cotidiano da produção, ainda há espaço para maior capacitação formal, o que poderia contribuir para a melhoria contínua da qualidade e da competitividade das AIF. No caso das duas cooperativas pesquisadas, todos os cooperados possuem tanto conhecimento prático quanto formação em curso de curta duração no tema.

5.2.1 A origem da matéria-prima e do trabalho das AIF

Para a elaboração da maioria dos produtos, o trabalho familiar começa na própria produção da matéria-prima. Esse processo não apenas garante maior controle sobre a qualidade dos insumos, mas também fortalece a identidade e a autenticidade dos produtos. Ao mobilizar conhecimentos que ultrapassam gerações, os entrevistados entendem que a qualidade da matéria-prima (aspectos de cultivo ou criação) impacta diretamente o produto final (Figura 10). Assim, a atenção à sua produção não só reforça o valor agregado dos produtos da agroindústria familiar, mas também pode se tornar um diferencial no produto comercializado. Dessa forma, em 54% das AIF, a matéria-prima utilizada na fabricação dos produtos processados é totalmente de origem própria, o que fortalece a narrativa de identidade e qualidade.

Figura 10- Exemplos de alimentos cultivados e formas de manejo da agricultura familiar na Serra Catarinense



Fonte: Acervo pessoal (2022)

No caso da produção dos queijos artesanais serranos, por exemplo, o leite é integralmente produzido nas próprias unidades produtiva. A fabricação do queijo a partir de leite cru utiliza matéria-prima própria, regra que foi aplicada à IG do Queijo Serrano. Os gestores preferem produzir seu próprio leite para um maior controle de qualidade e segurança sanitária do produto, evitando riscos de contaminação que poderiam comprometer toda a produção. Além disso, a exigência de exames laboratoriais para atestar a qualidade do leite de outras propriedades representa um custo significativo por amostra analisada. Ao produzir internamente, é possível reduzir esses gastos e garantir maior confiabilidade no processo produtivo. Outra subcategoria que produz integralmente sua matéria-prima é a de produtos de origem vegetal beneficiados. Nesse caso, os alimentos são colhidos e passam apenas por processos de limpeza e embalagem antes de serem comercializados. A necessidade

de adquirir matéria-prima de terceiros poderia reduzir significativamente os ganhos desses empreendimentos. Além disso, todos os gestores entrevistados relataram que não tiveram perdas na produção e conseguiram cumprir seus compromissos de venda, evidenciando a viabilidade desse modelo de autossuficiência na matéria-prima.

A dependência por adquirir matéria-prima ocorre em algumas subcategorias de produtos, com 23 % dos gestores precisando adquirir integralmente a principal matéria-prima para sua produção. São AIF que escolhem a matéria prima de processamento segundo alguma especificidade para uso como ingredientes. Como exemplo, um processado de carne suína se dá com cortes específicos ou com menor teor de gordura, aspecto considerado de melhor qualidade por um entrevistado, adquirida em estabelecimento inspecionado pela vigilância sanitária. Outra razão apontada para aquisição é a demanda por múltiplos ingredientes, quando trabalham com grande diversidade de produtos. A isso se soma a dificuldade por produzir algumas matérias-primas no território, como ocorre nas AIF de panificados, em que falta conhecimento, mão de obra, equipamentos ou condições edafoclimáticas para a produção do trigo. Contudo, a compra segue critérios de escolha para atender a demanda de cada preparo. Em síntese, a análise dos dados revela que a dependência por matérias-primas externas entre as AIF da Serra Catarinense não representa um afastamento do território, mas reflete especificidades técnicas, exigências de qualidade e limitações produtivas locais.

Padrão semelhante foi observado no Oeste Catarinense, onde 37% das AIFs utilizam mais da metade da matéria-prima externa e 28,8% dependem totalmente de insumos adquiridos fora, reforçando que essa prática é comum em setores especializados. Esses resultados indicam a necessidade de relativizar a noção de “local”, pois a localização geográfica do estabelecimento não determina, por si só, o enraizamento cultural dos alimentos processados (Capellesso *et al.*, 2025). Mesmo quando a produção ocorre em sedes urbanas ou com insumos externos, as práticas, receitas, saberes e valores rurais continuam presentes, especialmente em municípios marcados pela migração rural recente e pela forte circulação entre campo e cidade. Assim, embora o território influencie a logística e o acesso aos consumidores, ele não esgota as expressões culturais que conformam a identidade dos alimentos, evidenciando que a relação entre agroindústrias familiares e território é mais relacional do que estritamente geográfica.

Para outros 23 % das AIF, parte da matéria-prima é produzida, precisando complementar sua demanda com outros fornecedores. Isso ocorre principalmente em períodos de baixa produção interna, sendo suprida, na maioria dos casos, por agricultores vizinhos ou do próprio município, garantindo a continuidade da produção sem comprometer a escala. Cabe destacar que, para além da matéria prima principal, observam-se muitas aquisições de ingredientes secundários, seja no mercado ou junto aos demais agricultores. Nesse contexto, quando se trata de adquirir matéria-prima, 43 % das AIF que adquirem, realizam nas proximidades do estabelecimento, fortalecendo a economia local.

As agroindústrias familiares pesquisadas têm mão de obra predominantemente familiar, uma vez que esse foi o critério do universo a ser pesquisado. Em 70 % dos casos há entre 1 e 2 pessoas da família trabalhando; e em 27 % há entre 3 e 5 pessoas da família envolvidas nas atividades, sendo todos de forma permanente. Isso inclui também uma cooperativa. Já na outra cooperativa as funções no processamento são desempenhadas apenas pelos cooperados, sendo a mão de obra familiar voltada para a produção da matéria-prima. Em 33 % há membros da família trabalhando de forma eventual na AIF. No que se refere à contratação de mão de obra, 83 % não fazem contratação permanente e 67 % não o fazem nem de forma eventual. A comercialização geralmente é feita por integrantes da família, sendo que a disponibilidade de mão de obra afeta a escolha de canais.

De maneira geral, são pequenos empreendimentos e que atendem à demanda de forma satisfatória com os integrantes da família, não justificando recorrer a mais contratações. Quando ocorrem, geralmente são concentradas em épocas de maior demanda do mercado ou de maior disponibilidade de matéria-prima. Um serviço contratado com certa recorrência é o de Responsável Técnico (RT), seja na produção da matéria-prima ou processamento na agroindústria – uma vez que os integrantes não têm a atribuição requerida. Das trinta AIF pesquisadas, o responsável técnico deve estar presente em catorze delas, por se tratar de processamento animal e bebidas. Foi verificado que onze delas possuem RT contratados, o que indica que três ainda estão em processo de adequação para comercialização formalizada.

Já no Oeste Catarinense, em decorrência do recorte dos empreendimentos analisados, quase todos os gestores entrevistados participam de alguma forma de cooperação. O trabalho familiar permanece central, em comparação a Serra Catarinense. Porém, mesmo presente em 97% das AIFs, observa-se maior

heterogeneidade na combinação entre força de trabalho familiar e contratada. A presença de contratação externa em 48,6% das AIFs indica um nível maior de estruturação produtiva, possivelmente associado a maior escala, especialização ou diversificação. Mesmo assim, 62,8% das unidades mantêm estruturas reduzidas, operando permanentemente com uma a duas pessoas (Capellesso *et al.*, 2025). Esses contrastes sugerem que, enquanto na Serra predomina um modelo mais doméstico e restrito, no Oeste há sinais de profissionalização parcial e maior integração ao mercado. Em ambos os territórios, contudo, a centralidade da família molda o ritmo produtivo, a capacidade de expansão e a estratégia de comercialização, reafirmando o caráter híbrido das agroindústrias familiares, que combinam elementos de tradição camponesa com exigências dos mercados contemporâneos.

Os dados da Serra, revelam ainda que a sucessão nas AIF é um processo heterogêneo e incerto, condicionado não apenas pela dinâmica familiar, mas também pela atratividade econômica, pelo reconhecimento social dessas atividades e pela capacidade do território em oferecer perspectivas de futuro às novas gerações. As AIF sem herdeiros ou pessoas próximas interessadas em dar continuidade, representam 27 % das famílias. Já em 17% das AIF, os filhos ainda são menores de idade, tornando incerto o futuro da AIF. Os dados somados indicam que quase a metade dos empreendimentos enfrenta fragilidade sucessória, o que compromete a continuidade dessas iniciativas a médio e longo prazo. Em paralelo, observou-se que 40 % das AIF têm os filhos dos gestores envolvidos na unidade produtiva, sugerindo potencial de sucessão. No entanto, esse envolvimento não garante, por si só, a permanência futura, sobretudo diante das incertezas econômicas e de outras oportunidades. Em apenas 10 % os jovens que cursam ou concluíram o ensino superior demonstram interesse em retornar à unidade familiar para contribuir com as atividades agroindustriais. Os 6 % restantes correspondem às cooperativas que envolvem várias famílias. Nesses casos, é possível que formas coletivas de organização possam mitigar riscos individuais de sucessão, ainda que não eliminem os desafios estruturais associados à permanência dos jovens nas atividades das agroindústrias. Essa tendência de descontinuidade da reprodução social da agricultura familiar expõe não apenas um desafio geracional, mas também um sintoma das transformações socioculturais e estruturais que afetam o mundo rural contemporâneo. Esse cenário suscita reflexões sobre as condições estruturais que sustentam ou inibem a sucessão rural. A continuidade das AIF não depende apenas da vontade individual dos jovens,

mas de um ambiente territorial capaz de oferecer perspectivas de futuro, com políticas públicas voltadas à valorização do trabalho familiar, à inovação tecnológica inclusiva e à ampliação das oportunidades econômicas no meio rural.

O trabalho em uma AIF exige uma ampla gama de habilidades, no qual o gestor é o responsável e realiza diversas atribuições. Em 74 % dos casos analisados, ele é o responsável legal pelo empreendimento e acumula diversas atribuições, incluindo gestão financeira, gerência da produção, comercialização, além de atuar na produção de matéria-prima e na produção da agroindústria. Em 15 % dos casos, os gestores desempenham todas essas mesmas funções, exceto a produção de matéria-prima. Nessa situação, essa atividade é realizada pelo cônjuge, ou a matéria-prima é adquirida de terceiros. Nos demais casos (11 %) analisados, as funções variam, sendo ao menos duas atividades desempenhadas pelo gestor.

Entre os familiares, os cônjuges desempenham um papel fundamental nas AIF. Em 53% dos casos, esses atuam diretamente no empreendimento, sendo que, em 19%, assumem múltiplas funções – assim como o gestor principal. São responsáveis pela gestão financeira, gerência da produção, comercialização, trabalho na produção de matéria-prima e trabalho na produção da agroindústria. Já em 13 % das AIF, desempenham as mesmas funções que o gestor principal, com exceção do trabalho na produção de matéria-prima. Além dos cônjuges, outros familiares também participam ativamente das atividades nas AIF. Em 40 % dos empreendimentos filhos, genros e/ou noras contribuem em diversas funções, seja de forma eventual ou permanente. Pais, sogros e/ou sogras desempenham funções em 17 % dos empreendimentos, mesma proporção registrada para a participação de irmãos. A forte presença dos familiares na gestão e operação das AIF evidencia um potencial de valorização não apenas do recurso territorial, mas de resgatar um conhecimento tradicional das famílias. Seja uma receita ou um saber fazer que é repassado de uma geração a outra, esse legado fortalece a identidade e continuidade dessas agroindústrias.

5.2.2 Os processos de ativação e os diferenciais adotados pelas AIF

Entre as estratégias de valorização dos alimentos pela agricultura familiar, frente ao sistema alimentar hegemônico, está a oferta de produtos com identidade territorial, qualidade diferenciada e, muitas vezes, produção com menor impacto

ambiental. Para que esses pequenos produtores consigam se manter e se destacar nesse cenário dominado pela produção industrial de alimentos, torna-se essencial que desenvolvam estratégias de diferenciação, seja por meio da qualidade, do modo de produção ou da proximidade com o consumidor⁷⁵. As imagens abaixo indicam o reconhecimento e reforçam a credibilidade, agregam valor e aumentam a confiança dos consumidores (Figura 11). No primeiro caso evidencia o compromisso do produtor com normas sanitárias e padrões de excelência na fabricação. No segundo caso há um reconhecimento da excelência dos produtos e dos produtores, dando confiabilidade para os consumidores.

Figura 11- Placa na agroindústria com referência as boas práticas no processamento e premiações de AIF que se destacaram pela qualidade dos produtos.



Fonte: Acervo pessoal da autora (2022).

Entre os diferenciais que os gestores das AIF buscam construir, observa-se que há especificidades para cada subcategoria de produto produzido. Em um esforço de síntese, esses diferenciais foram agrupados e apontam para estratégias variadas adotadas pelos gestores, podendo algumas ser concomitantes, a fim de agregar valor aos produtos e se distinguir no mercado (quadro 5). Entre essas estratégias, destacam-se o uso de matéria-prima própria, a adoção de processos artesanais, a preservação de receitas tradicionais, sabor e qualidade, apresentação e a proximidade com o consumidor. Além disso, alguns gestores investem em embalagens com informações que valorizam a Serra Catarinense como local de

⁷⁵ Trataremos neste espaço da primeira estratégia (a construção da diferenciação) e no capítulo seguinte será abordado com mais profundidade as relações comerciais que permitem o reconhecimento desses produtos.

origem do produto e a sua história, construindo uma identidade visual que remeta à tradição e à autenticidade dos produtos. Esses fatores não apenas agregam valor à produção, mas também fortalecem a conexão com os consumidores, que buscam produtos diferenciados e de origem confiável.

Quadro 5 - Estratégias de construção de diferenciais dos produtos da AIF, conforme subcategoria de produção

Subcategoria	Estratégias para possíveis diferenciais de qualidade dos produtos/alimentos da AIF
Queijo	• Técnica de manejo tradicional, o cuidado com o pasto nativo (rotação) • Ter controle de toda a cadeia da produção: do alimento do animal ao modo de “cura” do queijo • Produção artesanal, produto colonial, sabor diferenciado, aspecto visual, menor preço • Receita diferenciada, produto associado ao turismo, contato direto do consumidor com a AIF, apelo ambiental.
Processados de carne	• Menos sal e pimenta, sem ossos e cartilagens, não moer a carne em bloco, produtos diferenciados (inovando na criação de produtos e ingredientes) • Frango é produzido com 90 dias (mais tempo que o convencional), sendo mais saudável, quando comparado ao frango industrializado pelas grandes agroindústrias, com dietas sem promotores de crescimento e criação livre de gaiolas.
Ovos	• Ovos frescos • Galinhas fora de gaiolas e com ninhos de madeira forrados com palhas.
Mel	• O mais importante é a qualidade do produto (não filtrar, ser puro); • Selo Arte, confiança na qualidade do produto e referência como produtores de mel de melato de bracinga • Sanidade na produção e histórico no negócio • Pureza da matéria prima.
Panificados	• O sabor, a apresentação, produto recém feito e sem conservantes • Matéria prima de qualidade, atendimento, uso de pouco fermento, sabor • Capricho na fabricação e cuidado nas questões sanitárias • Beleza visual das bolachas de Natal e Páscoa • A diversidade de receitas • O bom atendimento e os pães com sabor balanceado, com equilíbrio de sabor.
Vegetal processado	• Valor nutricional dos produtos e seu benefício para a saúde; • Ser de mão-de-obra familiar • Cozinhar no fogão a lenha, o que permite mais tempo de cozimento e melhor sabor.
Vegetal beneficiado	• Sabor diferenciado, aspecto visual, rótulo e embalagem, qualidade da matéria-prima própria, sem uso de conservante sintéticos • Produto que não utiliza agrotóxicos e cozinha mais rápido que os produtos adquiridos no supermercado • A polinização é feita por abelha sem ferrão (caixas de abelha dentro da estufa), melhorando o formato do fruto.
Bebidas	• Visita guiada na propriedade, o atendimento diferenciado e o cuidado sanitário na produção • Boas práticas em toda a cadeia produtiva.
Diversificados	• Colheita diária e sistema de troca do produto por mercadorias nos pontos de venda • Quantidade da matéria-prima principal, identidade visual da marca e o processo de fabricação • Simpatia no atendimento.

Outros	• Utilizar mel para adoçar o produto, sem conservantes e receita aprimorada • Produto fresco, de melhor qualidade em comparação aos produtos de outras regiões • Cuidado na produção com as proporções para criar um sabor agradável e ótima textura, o bom atendimento ao consumidor.

Fonte: Pesquisa de campo (2022).

Os diferenciais de qualidade das AIF estão diretamente relacionados aos sistemas alimentares nos quais estão inseridas, refletindo a valorização de saberes tradicionais, a rastreabilidade da matéria-prima e a adoção de práticas sustentáveis. Neste sentido, o manejo agroecológico representa uma importante dimensão na diferenciação, pois expressa não apenas formas de produção, mas também valores e compromissos éticos vinculados aos sistemas alimentares territoriais. Entre as agroindústrias familiares pesquisadas, 30% se autodeclaram agroecológicas e outros 6% possuem certificação de produção orgânica (participativa e por auditoria), o que demonstra uma preocupação com o cultivo da matéria-prima. As demais, preservam práticas compatíveis com a sustentabilidade ambiental e social, baseadas no uso racional de recursos, no aproveitamento integral da matéria-prima, na valorização da produção local e sazonal e no cuidado com a qualidade dos alimentos. Essas práticas contribuem para o desenvolvimento sustentável ao equilibrar a dimensão ambiental, social e econômica, fortalecendo a resiliência das agroindústrias e promovendo benefícios para a comunidade e o território.

Em termos de uma imagem territorial, merece destaque as embalagens com informações que valorizam a Serra Catarinense como local de origem do produto e a sua história. Em complemento, aparecem os cuidados com a produção da matéria-prima. Essas são estratégias essenciais para agregar valor aos produtos, fortalecer a identidade territorial e atrair consumidores que buscam qualidade, autenticidade e vínculo com a região (Figura 12). Essas estratégias partem de recursos territoriais, do saber-fazer tradicional ou de inovações que possibilitam a elaboração de produtos singulares. De forma complementar, se criam oportunidades a partir da diversificação dos canais de comercialização e das relações construídas. Esses elementos contribuem para a construção da Cesta de Bens e Serviços Territoriais, que engloba não apenas os produtos em si, mas também os valores culturais, ambientais e sociais associados à produção local. Dessa forma, as AIF fortalecem os sistemas alimentares alternativos, oferecendo aos consumidores produtos diferenciados e promovendo a sustentabilidade econômica e social dos territórios onde atuam.

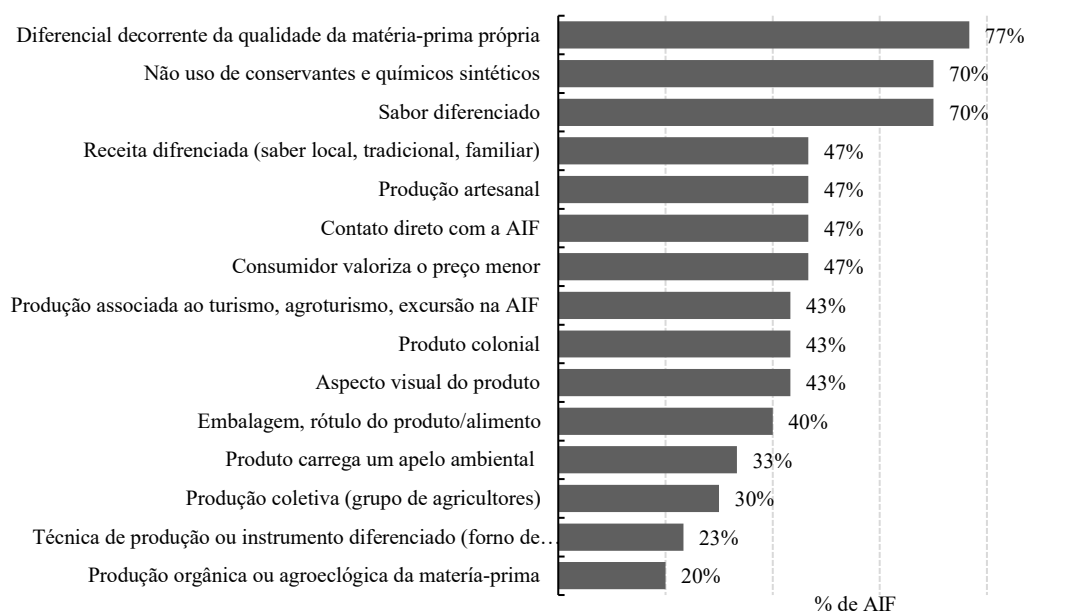
Figura 12- Elementos e textos que descrevem e valorizam a qualidade e a autenticidade dos produtos das AIF e do território



Fonte: Acervo pessoal da autora (2022).

Conforme preconiza o referencial da CBST, a construção da reputação ocorre na relação com o consumidor (Pecqueur, 2006). Nessa direção, o estudo aponta uma forte convergência entre as estratégias adotadas pelas AIF para diferenciar seus produtos no mercado e as expectativas dos consumidores (Gráfico 3). Segundo os gestores, os consumidores valorizam principalmente a qualidade da matéria-prima própria (77 %), a ausência de conservantes ou químicos sintéticos nos alimentos (70 %), o sabor diferenciado (70 %), o uso de receitas que valorizam o saber tradicional (47 %), a produção artesanal (47 %), o contato entre produtor e consumidor (47 %) e o menor preço (47 %).

Gráfico 3 - Fatores que os consumidores valorizam nos produtos agroindustrializados, segundo os gestores das AIF.



Fonte: Pesquisa de campo (2022).

Esses fatores evidenciam que a tradição e a autenticidade dos alimentos produzidos nas AIF estão alinhadas com as demandas do público consumidor, reforçando a importância da valorização dos processos produtivos locais. Dessa forma é possível observar que, para além da perspectiva normativa, os resultados apontam para uma construção social da qualidade. Corroborando com a abordagem da CBST, a noção de qualidade no âmbito dos sistemas agroalimentares territoriais vai além de critérios técnicos ou sensoriais de padronização, constituindo-se como resultado de processos sociais, culturais e institucionais enraizados no território. Conforme Mascarenhas (2012), a qualidade é uma construção social, forjada nas interações que conferem sentido simbólico e reconhecimento social aos produtos locais. Essa perspectiva converge com Touzard (2014), para quem a qualidade emerge das dinâmicas de inovação e cooperação entre atores, expressando saberes, valores e identidades territoriais. De modo complementar, Sylvander (1997) situa a qualidade como um bem relacional, dependente da confiança e do reconhecimento coletivo. Assim, a qualidade torna-se expressão de uma economia de proximidade, enraizada nas práticas culturais, nas relações de confiança e nas expectativas dos consumidores, ao mesmo tempo em que atua como vetor de diferenciação e desenvolvimento territorial.

5.2.3 Estratégias de ação coletiva dos atores ligados às AIF

A partir do olhar para captar a existência de sinergias entre os atores que atuam no contexto da Serra Catarinense, é possível apontar que a oferta dos produtos e serviços com qualidade territorial ocorre de maneira isolada e pouco articulada com as demais iniciativas desenvolvidas no território. Isso resulta em um modelo de ações justapostas, onde as iniciativas são dispersas e a coordenação entre atores públicos, privados e associativos é incipiente. A aproximação de diversas organizações coletivas e as interações dos atores ainda não resultaram na criação de instâncias formais de governança territorial. As relações são difusas e os gestores das AIF não atuam isoladamente, na medida que constroem relações com diferentes categorias de atores. Certa articulação ocorre por contribuição das organizações coletivas, a qual contribui para trocas de conhecimento, facilidade no acesso a novos mercados, fortalecimento de redes de comercialização e na divulgação dos produtos das AIF. Nesse contexto, cada AIF têm estruturado suas atividades e aproveitado oportunidades para fortalecer seus empreendimentos, principalmente, relacionados à comercialização.

No entanto, o referencial teórico-metodológico da CBST aponta que a coordenação entre setores público e privado sob a perspectiva do desenvolvimento é fundamental para enfrentar desafios que não podem ser resolvidos individualmente. Além disso, esses novos arranjos institucionais criam demandas específicas que devem ser consideradas em estratégias que atendam a todos os envolvidos. Sob uma abordagem territorial, as interações entre os diferentes atores geram novas dinâmicas, promovendo espaços de diálogo e processos coletivos de tomada de decisão (Lauerman, 2023). A governança territorial, portanto, deve ser entendida como um processo dinâmico e participativo, no qual a sociedade desempenha um papel central. Esse processo ocorre por meio das interações entre diversos atores territoriais, que incluem grupos sociais, instituições políticas e setores corporativos, que estabelecem um ambiente de diálogo e negociação e tomam decisões sobre temas de interesse coletivo (Dallabrida *et al.*, 2016).

A articulação entre a abordagem da CBST, com a perspectiva dos sistemas agroalimentares e a construção social de mercados contribuem para evidenciar a dimensão da governança territorial. Essa integração conceitual permite interpretar a governança não apenas como um arranjo institucional, mas como um processo de

ativação de recursos territoriais, no qual valores, saberes e identidades territoriais são mobilizados por diferentes atores. A CBST contribui ao identificar e qualificar os bens e serviços que expressam o valor territorial dos produtos e sua oferta sinérgica; os sistemas agroalimentares situam essas práticas nas dinâmicas de produção e consumo; e a construção social de mercados revela os mecanismos pelos quais tais valores se traduzem em formas de reconhecimento, valorização e poder econômico e simbólico. Assim, a governança é compreendida como um espaço de interação no qual instituições, redes sociotécnicas e dinâmicas políticas, se articulam em relações simultâneas de cooperação e conflito. Nesse processo, os atores negociam interesses, disputam recursos e constroem consensos, definindo os rumos da valorização territorial e do desenvolvimento sustentável.

Como o território é resultado da construção social dos atores locais, a governança deve refletir a diversidade e a participação ativa desses agentes. No caso das AIF da Serra Catarinense, existem relações e organizações com funções difusas, na direção de uma governança policêntrica (Ostron, 2010). Contudo, é possível apontar que essa estrutura de governança ainda não está plenamente consolidada, evidenciando a necessidade de uma articulação mais efetiva para fortalecer o desenvolvimento territorial. Duas iniciativas identificadas possuem potencial para a construção de uma governança territorial mais estruturada (Figura 13). A primeira diz respeito à estratégia adotada por 63 % dos gestores, que buscam articular suas atividades com o turismo no território. Essa conexão ocorre de diversas formas: por meio da comercialização no mercado público de Lages, que vai além de um espaço de venda e se configura também como um atrativo turístico; pela participação em eventos e espaços voltados ao turismo; pelo estabelecimento de parcerias com empreendimentos turísticos, como a Acolhida na Colônia e hotéis da região; pela integração com a rota turística da região; e pela inovação na diversificação da produção e dos serviços oferecidos, incluindo serviços de hospedagens e experiências baseadas nos recursos territoriais específicos.

A segunda iniciativa relevante envolve o interesse de alguns gestores de AIF em unir esforços na comercialização de seus produtos. Aproximadamente 20 % dos gestores entrevistados têm a intenção de formar uma cooperativa ou associação para a venda de produtos como mel, queijo artesanal serrano, carne processada e sucos. Esse movimento demonstra uma tentativa de fortalecer a comercialização por meio do trabalho coletivo, conferindo maior organização e representatividade aos

produtores. De certa forma, a Amures conseguiu reunir alguns desses produtores em um box no mercado público de Lages, proporcionando um ponto de venda compartilhado para diferentes produtos. O compartilhamento do box para a comercialização não resulta em um processo de governança coletiva estruturado, sendo visto como mais um espaço de exposição e escoamento da produção, mas já contribui para o interconhecimento dos atores e o reconhecimento da diversidade da produção pelos consumidores. Em paralelo, alguns produtores possuem seus próprios boxes, ampliando a diversidade da oferta e fortalecendo a visibilidade das agroindústrias no local. O diferencial da proposta dos gestores em formar uma cooperativa ou associação para potencializar a comercialização está em criar uma estratégia a longo prazo. São formas organizadas de gestão coletiva, tomadas de decisão conjunta, divisão de benefícios e responsabilidades.

Figura 13- Parceria entre AIF e o agroturismo no território e espaço de comercialização de produtos das AIF, articulado pela Amures



Fonte: Acervo pessoal da autora (2022).

Ambas as iniciativas sinalizam um caminho promissor para a construção de uma governança territorial mais abrangente, envolvendo diversos setores e promovendo maior integração entre os atores locais. O território deve ser compreendido como um projeto coletivo e diferenciado, no qual diferentes pessoas contribuem com ideias e iniciativas diversas. Esse é o princípio fundamental para o desenvolvimento territorial: fomentar a especificidade e a sinergia entre as diferentes atividades econômicas e sociais, garantindo que a questão ambiental esteja presente nesse processo. Mais do que uma simples soma de produtos e serviços, busca-se a

construção de uma Cesta de Bens e Serviços Territoriais, onde os diferentes elementos se conectam de forma articulada, criando um sistema integrado e sustentável. Ao ser planejado com ação proativa dos atores, esse modelo permite agregar valor às produções locais e fortalecer o território como um todo, garantindo sua identidade e potencializando suas oportunidades de desenvolvimento.

No território, a paisagem e o turismo se destacam como potenciais articuladores dessas iniciativas, o que poderia ser denominado como produto ou serviço líder. As indicações geográficas, como as do queijo artesanal serrano, vinhos de altitude e do mel de melato, já refletem essa articulação entre as condições climáticas e geográficas, a identidade territorial e a paisagem que atrai o turismo, evidenciando um caminho promissor para impulsionar outros produtos e serviços. Não se trata de criar IG para os demais produtos, mas sim de fortalecer a conexão entre a produção local e as características regionais, promovendo a valorização dos produtos típicos e artesanais. A possibilidade está em aproveitar as particularidades do território, como o clima, a geografia e as tradições culturais para destacar a autenticidade e a qualidade dos produtos. Além disso, essa articulação pode ser expandida para incluir serviços turísticos que complementem a experiência do visitante, como roteiros gastronômicos e visitas a produtores locais. Dessa forma, a paisagem e o turismo podem se tornar motores do desenvolvimento econômico, ao mesmo tempo valorizam os produtos e as características únicas do território.

Essa articulação não se restringe apenas ao crescimento econômico das famílias envolvidas nas agroindústrias ou com o turismo, mas pode gerar benefícios mais amplos para a sociedade local. A criação de oportunidades de trabalho a partir das próprias cadeias produtivas, do turismo e de outros setores, com benefício de acesso à sociedade local, também contribui para um processo de desenvolvimento territorial mais inclusivo e sustentável. Outro benefício importante é que o consumo local preserva a cultura e as tradições, além de ter um impacto positivo na saúde dos consumidores, devido ao seu valor nutricional, livres de aditivos e substâncias prejudiciais à saúde, ao fato de serem produtos frescos. Além disso, pode reduzir a dependência de mercados externos tornando a economia local mais resiliente e com menor impacto ambiental. Dessa forma, não se trata apenas de aumentar a renda das famílias produtoras, mas de fortalecer a economia local e valorizar o patrimônio cultural e natural da região.

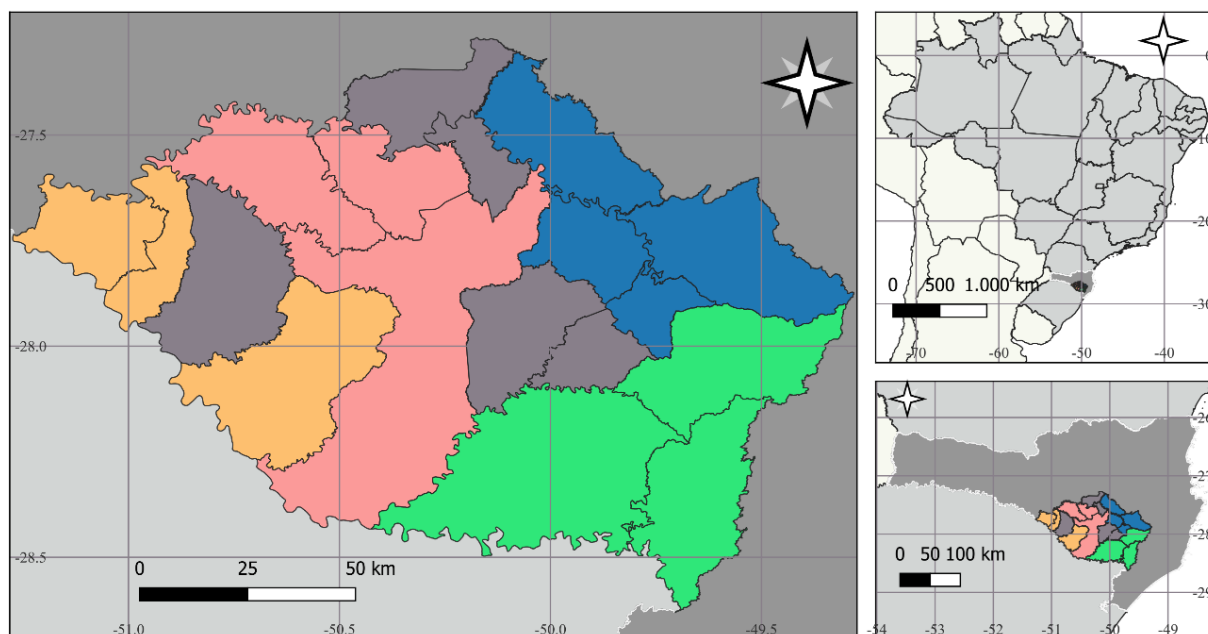
5.3 ESPECIFICIDADES TERRITORIAIS E ESTRATÉGIAS DAS AIF NA SERRA CATARINENSE

A pesquisa no território ocorreu em quatro momentos distintos, permitindo a identificação e caracterização de diferentes realidades enfrentadas pelos gestores das AIF. O recorte metodológico que buscou abranger municípios de diferentes tamanhos populacionais contribuiu para uma compreensão mais ampla das dinâmicas produtivas e das estratégias adotadas pelos gestores das AIF na sua relação com o mercado. Além disso, a investigação possibilitou analisar como fatores territoriais, como o clima, relevo, identidade cultural, colonização e projetos locais, influenciam diretamente a produção e a comercialização dos produtos agroindustriais. Contudo, as especificidades não estão presentes apenas nos territórios, mas decorrem de variações significativas nas formas de organização das AIF e entre as subcategorias de produtos, evidenciando tanto unidades mais estruturadas e formalizadas, quanto aquelas que operam de maneira mais informal e enfrentam desafios para a regularização.

5.3.1 Um território com diferenças geográficas e socioculturais

A abordagem territorial da Serra Catarinense permite apontar a existência de diversos elementos partilhados, enquanto evidenciam-se diferenças internas relacionadas aos recursos naturais e como os atores as mobilizam na dinâmica socioespacial. Nessa direção, optou-se por apresentar uma distinção entre quatro regiões do território da Serra Catarinense (Figura 14), as quais afetam as possibilidades de ativação dos recursos das AIF, na sua interface com os demais componentes que podem compor uma CBST.

Figura 14- Mapa das quatro regiões estudadas no território da Serra Catarinense



Fonte: Elaboração própria no Qgis (2025).

Nota: Municípios em cinza não foram pesquisados, portanto não permite uma classificação mais precisa.

As cores adotadas no mapa procuram diferenciar e delimitar os municípios que compõem os “territórios” estudados. A cor verde, destaca os municípios com maiores altitudes, portanto, denominada também de “Serra da Serra”. A cor azul delimita a região que concentra a produção madeireira, mas que vem adotando estratégias a partir de uma produção diversificada. A coloração laranja abrange municípios com áreas afetadas por barragens e usinas hidrelétrica, compondo um território formado por grandes lagos com potencial turístico. Por fim, a cor rosa destaca os municípios que correspondem a região de Lages, com dinâmicas econômicas mais diversificadas, com forte concentração de serviços, comércio e instituições de ensino e pesquisa, configurando-se como um polo regional que influencia os demais territórios em termos de fluxos produtivos e de comercialização.

Cada um desses quatro “territórios”, possuem especificidades para além das características apontadas, mas também expressam dinâmicas sociais, econômicas e culturais próprias, que influenciam diretamente as estratégias produtivas e organizacionais das AIF. Essas especificidades se refletem nas formas de uso dos recursos territoriais, nas redes de cooperação entre os atores locais e nas diferentes trajetórias de desenvolvimento observadas em cada região. A delimitação desses territórios não se restringe a critérios geográficos ou administrativos, mas incorpora

elementos históricos, identitários e produtivos que contribuem para compreender a diversidade e a complexidade do processo de territorialização das AIF na Serra Catarinense, conforme apresentado a seguir.

5.3.1.1 *A Serra da Serra*

O território conhecido como “serra da serra” se destaca dentro da Serra Catarinense pela altitude. Composta pelos municípios de Bom Jardim da Serra, São Joaquim, Urupema e Urubici, é a região mais elevada do estado onde frequentemente registram-se as temperaturas mais baixas. O inverno rigoroso, com ocorrência de geadas e neve, aliado ao relevo montanhoso, às matas de araucária típicas da região e aos rios de taipas de pedras compõem uma paisagem singular e atrativa. Esse cenário não apenas reforça a identidade territorial da Serra Catarinense, mas também favorece atividades como o turismo rural, a produção de alimentos diferenciados e a valorização de produtos com indicação geográfica. A combinação entre natureza e tradição fortalece a relação entre produção, cultura e meio ambiente, criando oportunidades para o desenvolvimento de iniciativas sustentáveis e a diversificação econômica da região.

As entrevistas realizadas nas oito agroindústrias familiares em três dos quatro municípios que compõe esse território incluem a produção de queijo artesanal serrano, bebidas, panificados, vegetais beneficiados e processados e outros. Esses empreendimentos foram estabelecidos no território com grande empenho de seus gestores, sendo que a condição local confere à matéria-prima principal grande diferencial. Seja produzida na propriedade ou adquirida de outros estabelecimentos, a prioridade indicada pelos gestores é a da busca por excelência. Além disso, o orgulho pelo saber-fazer e o retorno positivo dos consumidores reforçam a valorização e a continuidade dessas atividades no território.

O turismo desempenha um papel fundamental no desenvolvimento do território, impulsionando a economia local e fortalecendo a identidade regional. O marketing territorial promovido pela mídia e por serviços privados contribui significativamente para a atração de visitantes. As produções agroindustriais que conseguem se associar a essa dinâmica turística tendem a obter ganhos expressivos, pois o turista, além de buscar experiências autênticas com os recursos naturais, se torna um consumidor estratégico, valorizando produtos locais e diferenciados. Em 75% das AIF, essa

comercialização ocorre diretamente na própria unidade produtiva, fortalecendo a relação entre produtor e consumidor e proporcionando uma experiência de compra mais próxima e personalizada. Em complemento, 88 % dos gestores comercializam em diferentes canais de venda nos municípios onde está localizada a AIF. As famílias produtoras expressam seu contentamento quanto à comercialização estabelecida junto aos estabelecimentos turísticos e à comunidade local. Um dos grandes diferenciais está na entrega frequente de produtos frescos, recém beneficiados ou processados, garantindo qualidade e autenticidade. O saber fazer tradicional é motivo de orgulho para os gestores das agroindústrias familiares, que encontram no reconhecimento dos consumidores um incentivo para manter e aprimorar suas atividades.

Para alguns produtos, a demanda chega a superar a oferta, mas as limitações do processo artesanal e a escala produtiva impõem restrições à produção – criando um contexto favorável à venda a preços mais elevados. À luz das discussões prévias, tal condição contribui para viabilizar os empreendimentos, mas pode restringir seu consumo pelas populações locais. Em complemento, esses produtores se destacam pela inovação, desenvolvendo novos produtos e agregando valor às suas mercadorias. Muitos demonstram uma postura empreendedora, especialmente quando contam com o envolvimento ativo de familiares próximos ou dos filhos na gestão do negócio.

A parceria com algumas instituições desempenha um papel fundamental, com destaque para a Epagri, universidades, cooperativas, Amures, Cisama e associação de produtores. Essas organizações são frequentemente mencionadas como agentes ativos no suporte e fortalecimento dessas agroindústrias. No entanto, apesar desse apoio e da importante relação das AIF com o turismo, não há um espaço institucionalizado de governança territorial, o que exige que os diversos atores procurem outras formas de articulação para a implementação de estratégias coletivas mais eficazes. Essa lacuna compromete não apenas o fortalecimento das agroindústrias, mas o aproveitamento integrado das potencialidades locais.

A preocupação com a questão ambiental é recorrente entre os gestores, tanto no modo de produção quanto no impacto gerado pelos resíduos. Esse compromisso evidencia uma busca contínua por práticas mais sustentáveis e alinhadas às necessidades do território. Todos os gestores realizam alguma prática, podendo ser: o não uso ou uso mínimo de agrotóxicos, controle sanitário da produção e rotação de

pastagem, esgoto tratado, separação e reciclagem do lixo, uso de energia solar e captação de água de chuva.

Os principais desafios enfrentados, segundo os produtores, envolvem a divulgação de seus produtos, a conquista de novos mercados e o suporte a novos empreendedores. Além disso, as exigências legais impõem padrões que podem modificar as características dos produtos coloniais e artesanais, demandando investimentos em infraestrutura e equipamentos para adequação às normativas vigentes.

5.3.1.2 *A COEXISTÊNCIA DA MADEIRA COM A DIVERSIDADE*

O território composto pelos municípios de Otacílio Costa, Bocaina do Sul, Rio Rufino e Bom Retiro difere pela forte produção de madeira. Segundo o Censo demográfico de 2022, Otacílio Costa possuía 17.312 habitantes. Esse se destaca como a “capital catarinense da madeira” e abriga a segunda maior unidade da Klabin (empresa madeireira) na América do Sul e a maior unidade de fabricação de papéis para embalagens. No município, a empresa possui 61 mil hectares dedicados ao cultivo de florestas plantadas e comercializa toras de pinus e eucalipto. O Censo Agropecuário (2017) aponta que 39,9 % das terras do município são utilizadas para as matas plantadas, superando outros usos. A economia local está fortemente vinculada à produção de madeira para papel e outros usos, com um PIB de R\$ 997,98 milhões em 2021 (OBSERVATÓRIO AGROCATARINENSE, 2025).

Bom Retiro e Bocaina do Sul tem menos de dez mil habitantes cada, com economias que, além da atividade madeireira, menos intensificada que Otacílio Costa, também envolvem a agricultura e a pecuária. Bom Retiro, ao longo do tempo, deixou de ter sua economia baseada na exploração da araucária, fortalecendo a agricultura e pecuária (Amures, 2021). Destacam-se a produção de frango, suíno, leite de vaca, pecuária bovina, soja, maçã, milho grão, fumo, ovos de galinha, arroz e madeira em tora (OBSERVATÓRIO AGROCATARINENSE, 2025). O município também se destaca como um dos principais produtores de mel de Santa Catarina e o maior produtor nacional de leite de cabra (Amures, 2021). Segundo a Amures, Bocaina do Sul tem sua economia voltada para a pecuária, apicultura, extração de vime para produção artesanato e o cultivo de milho, feijão e fumo. Além disso, o município se destaca com 40,7 % de participação no VPA pelo plantio de floresta para extração de

madeira. A produção de alimentos coloniais comercializados por pequenas empresas familiares também se destaca (OBSERVATÓRIO AGROCATARINENSE, 2025; Amures, 2021).

Por fim, Rio Rufino é um dos onze municípios do estado de Santa Catarina onde estão localizadas as fazendas da empresa privada Ouro Grandys, responsável por plantações florestais de *Pinus* spp e *Eucalyptus* spp, comercializadas como toras e multiprodutos florestais provenientes de desbaste e corte raso. Em paralelo o município possui uma economia fortemente ligada à agricultura familiar, com destaque para as culturas de feijão, milho grão e forrageiro, maçã, tomate, uva para vinho, pecuária leiteira e de corte (OBSERVATÓRIO AGROCATARINENSE, 2025; Amures, 2021). O artesanato em vime do município se destaca no cenário nacional, impulsionado pelas condições climáticas favoráveis ao cultivo da planta, dando ao município o título de “capital nacional do vime” (Amures, 2021). O turismo nesses municípios ainda é incipiente, apesar de haver esforços em promover esta atividade, dada as belezas naturais e a cultura local. Os quatro municípios estão inseridos na “região turística de Serra Catarinense”. Entre os atrativos estão cachoeiras, monumentos históricos e atrativos ligados ao turismo rural e ecoturismo (Amures, 2021).

Nesse território, a pesquisa contemplou cinco agroindústrias familiares dedicadas ao processamento de mel, panificados, diversificados e outros. As condições climáticas são extremamente favoráveis a essas atividades. Segundo um gestor entrevistado, a produtividade do mel por colmeia em sua propriedade é o dobro da média nacional. As AIF pesquisadas têm origem em tradições familiares, as quais foram preservadas e passaram a ser direcionadas para o mercado, o que exigiu maior controle e padronização da qualidade. Os gestores não apenas utilizam matérias-primas que consideram de excelência, mas buscam aprimoramento, seja por meio de cursos, teste de novas receitas ou experimentação de novos produtos. Acreditam que a inovação é essencial e, por isso, procuram atender às demandas dos consumidores. Um exemplo desse avanço é uma AIF que já obteve o Selo Arte e busca a certificação de IG, demonstrando os esforços contínuos para aprimorar seus processos.

Tendo como processo histórico a ocupação europeia, grandes extensões de terras pertencendo a uma ou poucas famílias, os municípios se desenvolveram por serem rotas do transporte de gado e mercadorias entre o Rio Grande do Sul e São Paulo, mas também a partir da exploração dos recursos naturais. Em virtude da

concentração das terras, nesse território se observa um forte apoio e fomento por parte dos gestores públicos em torno da produção madeireira, de fumo e de soja, o que tende a reduzir o foco na busca por alternativas como o turismo rural e as agroindústrias. A contribuição das organizações locais é pouco mencionada pelos produtores. Em alguns casos, há iniciativas pontuais, mas sem continuidade. As entidades que mais demonstram empenho em apoiar as agroindústrias são as associações de produtores, uma prefeitura e a sua secretaria de agricultura, enquanto a Epagri e o Cisama são mencionadas em ações pontuais.

A governança territorial não conta com um espaço institucionalizado na região, refletindo a falta de coordenação entre os diferentes atores envolvidos no desenvolvimento local. Isso significa que não há uma estrutura organizada para planejar e articular ações conjuntas entre produtores, instituições e outros setores estratégicos. Como consequência, a sinergia entre as atividades produtivas e de serviços ocorre de maneira pontual e limitada. Essa ausência de conexão limita as oportunidades de crescimento e inovação, reduzindo o potencial de desenvolvimento sustentável do território.

Apesar da intensa exploração dos recursos naturais nos municípios, é possível observar uma preocupação dos gestores com as questões ambientais e de sustentabilidade. Todos praticam alguma atividade nesse sentido: separação e reciclagem do lixo, uso dos resíduos da AIF para compostagem ou ração animal, proteção das águas, proteção das matas nativas e reflorestamento com bracatinga.

Os maiores desafios apontados estão relacionados à comercialização. Embora o processamento ocorra nos municípios pesquisados (com exceção do mel, que é processado na sede da associação dos produtores de mel, em Capão Alto), as principais vendas são realizadas fora do município: 40 % em outros municípios do território e 40 % em outras regiões de Santa Catarina. Esse baixo consumo local tem relação com a limitação de renda de grande parte de sua população, relacionada à desigualdade regional. Além disso, 60 % dos gestores participam de feiras e eventos, tanto no território quanto no estado, o que contribui significativamente para a divulgação e valorização dos produtos. No entanto, a comercialização enfrenta obstáculos logísticos, principalmente devido às condições precárias e perigosas das estradas rurais e urbanas, dificultando o transporte e o escoamento da produção. Estratégias no sentido de ampliar a valorização dos produtos nos municípios em que são produzidos poderia reduzir parte das dificuldades enfrentadas no transporte,

deslocamento, tempo e recurso. O estabelecimento de uma governança territorial tenderia a buscar soluções para essa questão comum aos gestores do território.

5.3.1.3 A REGIÃO DOS LAGOS

O terceiro momento da pesquisa ocorreu na chamada “região dos lagos”, abrangendo os municípios de Anita Garibaldi, Cerro Negro e Capão Alto. Caracterizados pela baixa densidade populacional (menos de dez mil habitantes cada), esses municípios tiveram sua dinâmica alterada pela instalação de barragens e usinas hidrelétricas. Além das transformações na paisagem, a população local enfrentou desafios, como o reassentamento de comunidades rurais e os impactos ambientais decorrentes das obras. Mesmo diante dessas mudanças, a população local busca preservar suas tradições e identidade cultural.

A pesquisa envolveu cinco AIF dedicadas à produção de queijo artesanal serrano, panificados, ovos, vinho e vegetais beneficiados. Os relatos apontam para a dedicação e o cuidado dos gestores em cada etapa da produção. Mesmo em se tratando de produções bastante distintas, há vários pontos em comum entre eles. Um aspecto recorrente entre os entrevistados foi a falta de valorização da produção pelos moradores locais. Os gestores mencionaram a desconfiança da comunidade quando iniciaram seus empreendimentos. Nessa direção, um dos entrevistados destacou a dificuldade de comercializar no próprio município, relatando que os consumidores locais preferem comprar produtos de fora. Segundo ele, cerca de 90% dos moradores não adquirem produtos dos pequenos produtores locais, o que representa um desafio significativo. Outro gestor mencionou a relação com os vizinhos que produzem o mesmo produto. Há uma competição pelo mesmo canal de comercialização, porém a concorrência é considerada desleal, já que os vizinhos comercializam com produção informal. Apesar dessas dificuldades, 80 % dos empreendedores realizam vendas diretamente em suas propriedades, mas para um público restrito.

Embora os três municípios façam parte da região turística da Serra Catarinense, com atrativos ligados à história, cultura e natureza, apenas Anita Garibaldi possui informações de que as atividades ligadas ao turismo estão desempenhando um papel importante na economia local. Nos demais municípios, apesar dos atrativos ligados ao turismo rural e turismo religioso, a atividade turística ainda é pouco expressiva (Amures, 2021).

Na relação com os atores públicos e associativos, 60 % dos gestores participam de associações de produtores, 40 % mantêm contato com a Epagri e 60 % contam com o apoio do Cisama (sendo que apenas 20 % utilizam a Marca Coletiva Sabor Serrano). Apesar dessas vias de acesso ao suporte institucional, os gestores o consideram limitado e dependem fortemente de trocas de conhecimento com produtores de outros municípios do território e de outras regiões, além de se apoiarem no conhecimento tradicional e em cursos que realizam. Esse cenário reflete diretamente na gestão dos empreendimentos, exigindo que os produtores busquem informações, inovem na produção e comercializem seus produtos de forma independente.

Outro fator preocupante é a falta de sinergia entre as atividades produtivas e os poucos serviços turísticos disponíveis na região. Apesar do potencial que o turismo poderia representar para a valorização dos produtos locais, não há articulação entre os setores, limitando oportunidades de mercado e a diversificação econômica do território. Além disso, a falta de reconhecimento e valorização dos produtos dentro do próprio território demonstra a necessidade de um esforço coletivo para fortalecer a identidade local e incentivar o consumo. Nessas condições, os produtores acabam comercializando em outros municípios, ou em razão das dificuldades logísticas, comercializam na propriedade para consumidores fidelizados, turistas ocasionais e atravessadores que conhecem a qualidade dos produtos. Uma estratégia já utilizada por 40 % dos gestores foi a comercialização no mercado institucional, mas as organizações públicas locais têm limitado apoio aos produtores. As políticas de incentivo são pontuais e, muitas vezes, não se traduzem em suporte contínuo para o fortalecimento das agroindústrias familiares. A falta de infraestrutura, como estradas adequadas para o escoamento da produção, e o baixo investimento em capacitação e assistência técnica especializada tornam os desafios ainda mais evidentes.

Diante dos limites do comércio local, os gestores relatam dificuldades para expandir seus negócios e alcançar novos mercados. A busca por alternativas como venda direta ao consumidor, para atravessadores que buscam o produto na porteira, ou pagamento de comissão para vendedores, tem sido uma das estratégias adotadas pelos gestores para superar essas barreiras. No entanto, sem uma estrutura de governança territorial mais ativa e integrada, os avanços tendem a ser limitados, reforçando a necessidade de maior articulação entre os diferentes atores da região

Os gestores das AIF realizam o trabalho de produção procurando incorporar práticas sustentáveis e de valorização da qualidade dos produtos. Entre as AIF analisadas nesses municípios, 60 % produzem com baixo uso de insumos químicos, enquanto 80 % destacam que seus consumidores valorizam a qualidade gerada pela matéria-prima própria, sendo o sabor diferenciado um fator unânime de reconhecimento. Além disso, todos adotam alguma prática que promove a sustentabilidade ambiental, como o bem-estar animal, a separação dos materiais recicláveis e uso de compostagem para os resíduos orgânicos, o manejo integrado de pragas e doenças, bem como a reutilização de resíduos da produção para outras finalidades.

A principal dificuldade enfrentada pelas agroindústrias familiares nesse território está na comercialização, que envolve diversos desafios: a necessidade de aprimorar habilidades para vendas digitais, a carência de apoio do poder público para inserção dos produtos em novos mercados, a dificuldade de conciliar produção e comercialização e a rigidez da legislação, que eleva os custos de produção. Além disso, a falta de cooperação e articulação entre os produtores (privados e associativos) e gestores públicos restringe a criação de estratégias coletivas que poderiam beneficiar a todos.

Outro desafio significativo apontado está na escassez de mão de obra, tanto especializada quanto familiar. Um exemplo é o caso de um produtor cujas filhas residem em Lages para estudar. Segundo ele, se houvesse transporte público regular entre a comunidade rural e Lages, elas poderiam continuar ajudando no empreendimento familiar. Esse problema se reflete em muitas outras famílias, onde os filhos acabam se mudando para cidades maiores ou, em alguns casos, deixam de estudar por não terem condições de se manter fora do município.

5.3.1.4 NÚCLEO DA REGIÃO DE LAGES

Por fim, a pesquisa contemplou a região de Lages, que inclui Lages, Correia Pinto e São José do Cerrito. Essa área concentra a maior população e o maior número de AIF na Serra Catarinense, especialmente, em Lages e Correia Pinto (Souza, 2021; Reiter *et al.* 2019). No total foram investigadas doze AIF, com produções variadas, incluindo mel, pinhão, panificados, processados de carne, vegetais beneficiados, diversificados e outros.

Lages ocupa um papel central na história da Serra Catarinense devido à sua localização geográfica estratégica, sendo o ponto de referência do antigo “caminho das tropas” e o berço da colonização do território. Maior município em extensão territorial de Santa Catarina, Lages é conhecida como a “capital do turismo rural” e a “terra da Festa do Pinhão” (PML, 2025). Suas paisagens naturais, formadas por montanhas, campos, vales e rios, aliadas ao clima temperado com inverno intenso, atraem um grande fluxo de turistas. Além disso, a cidade conta com boas estruturas de comércio e serviços, o que aproxima também moradores de municípios vizinhos. Lages também se destaca economicamente, por sua diversificação produtiva. Impulsionada pela exploração madeireira na década de 1960, a economia do município hoje se apoia principalmente na produção de madeira em tora (pinus e eucalipto), bovinocultura e cultivo de soja, que juntos representam 68,36 % do valor da produção agropecuária (VPA) local (OBSERVATÓRIO AGRO CATARINENSE, 2025).

Lages concentra 56% da população do território da Amures, com 1.389 agricultores, sendo 42% de participação da agricultura familiar em diferentes atividades produtivas. Essa categoria social é responsável por 64% da produção de horticultura e fruticultura do município (IBGE, 2017). Assim, embora Lages possua uma economia diversificada e voltada para setores de maior escala, é também um centro importante para a comercialização dos produtos dos municípios vizinhos, dada as suas estruturas de comércio diversificadas e o grande mercado consumidor.

Já Correia Pinto e São José do Cerrito possuem uma base produtiva fortemente ancorada na agricultura familiar, essencial para a economia local e para a segurança alimentar e nutricional da região. Em Correia Pinto, 66 % das propriedades pertencem à agricultura familiar, destacando-se as produções de horticultura e fruticultura (88 %), lavouras temporárias (73 %) e pecuária e criação de outros animais (69 %). Em São José do Cerrito, esse percentual é ainda maior, chegando a 73 % de estabelecimentos classificados como de agricultura familiar. Nesse município, os agricultores familiares são responsáveis por 80 % da produção de horticultura e fruticultura, 77 % da produção florestal (floresta nativa), 76 % das lavouras temporárias, 74 % da pecuária e criação de outros animais e 67 % das lavouras permanentes. Além disso, a pesca no município é realizada exclusivamente por estabelecimentos da agricultura familiar (IBGE, 2017).

Da mesma forma que a agricultura familiar e seus produtos não são marginais em Correia Pinto e São José do Cerrito, os produtores de Lages são igualmente responsáveis por valores expressivos, pois há uma busca por alimentos de qualidade, tradicionais e artesanais, com reconhecimento da cultura local. Diferentemente da “Região dos Lagos” mencionada anteriormente, os produtos desse grupo têm maior aceitação nos municípios onde são produzidos e alguns gestores conseguem vender melhor em seu próprio município de origem, onde a concorrência é menor. As feiras livres são um exemplo favorável a essa comercialização.

No que se refere à produção da matéria-prima, 50 % dos gestores das AIF desse território produzem integralmente a matéria-prima principal. Outros 25 %, combinam matéria-prima própria com partes adquiridas de terceiros, em proporções que variam entre 5 % e 20 %. No caso de uma agroindústria de produtos diversificados, quando há demanda de produção que justifique a aquisição externa, a preferência é por comprar de agricultores da própria comunidade ou do município. Já aqueles que compram integralmente a matéria-prima (25 % dos casos) costumam obtê-la de produtores vizinhos ou até de outras regiões do estado.

A qualidade da matéria-prima utilizada reflete nas estratégias de valorização dos produtos: 12 % possuem o Selo Arte, 17 % são certificados como orgânicos, e 50 % adotam práticas agroecológicas sem certificação ou produzem com baixo uso de insumos químicos. O trabalho desde a produção da matéria-prima até a comercialização é majoritariamente familiar, com exceção de 17 % que empregam trabalhadores no processamento. Em 33 % das AIF há contratação de um responsável técnico para garantir o cumprimento das exigências sanitárias e legais e auxiliar na melhoria dos processos produtivos. Esses empreendedores estão constantemente buscando inovação e diferenciação no mercado, dos quais 58 % dos entrevistados afirmam ter planos de lançar novos produtos.

Os gestores das agroindústrias desse território demonstram grande articulação, contando com a presença ativa de diferentes organizações. A Epagri é mencionada por 75 % dos gestores, enquanto o Cisama aparece com 67 %. Outras instituições relevantes incluem associações de produtores, redes de comercialização, cooperativas de crédito, sindicatos e organizações ligadas a movimentos sociais. Esse suporte institucional é fundamental para a construção de uma governança territorial. Embora essa governança ainda não esteja plenamente estabelecida no município, o Cisama e a Amures organizaram um box para a venda dos produtos de algumas AIF

que possuem a Marca Coletiva Sabor Serrano, abrangendo o território da Serra Catarinense. Esse espaço representa um avanço na governança territorial voltada para a comercialização, promovendo maior visibilidade e acesso aos produtos locais. O mercado público é um espaço que aproxima o território do turista. Além desse espaço, 42 % das AIF buscam outras formas de manter a relação com o turismo, seja por meio de festas e eventos gastronômicos, feiras e roteiro turístico da região.

No entanto, as práticas ambientais ainda são pouco difundidas entre essas agroindústrias familiares, quando comparada com as demais regiões do território. Apenas 42 % dos empreendimentos adotam medidas de valorização ambiental, sendo as principais ações a separação de resíduos, o manejo adequado e aproveitamento dos subprodutos da produção, o bem estar animal, a conservação de nascente e o reflorestamento com bracatinga.

As dificuldades enfrentadas pelos produtores podem ser agrupadas em três grandes eixos: o primeiro está relacionado à comercialização, abrangendo desde as condições precárias das estradas (rurais e urbanas) que dificultam o transporte dos produtos, até a logística de transporte, que demanda tempo e planejamento. Além disso, há desafios na criação de novos mercados, a instabilidade de alguns canais de venda e o baixo preço pago pelos grandes supermercados que, muitas vezes, não cobre os custos de produção.

O segundo grupo de dificuldades refere-se às exigências legais e burocráticas. A obtenção do selo de inspeção requer uma série de documentos e procedimentos, o que os faz considerar o processo demorado e oneroso. Além disso, a ampliação da produção de alguns alimentos, como no caso do queijo artesanal serrano, eleva significativamente os custos, dado que o produtor deverá adquirir os animais e incluir mais análises laboratoriais, o que aumentaria os custos de produção, dificultando a viabilidade financeira dos empreendimentos. Esses produtores também precisam manter o queijo artesanal serrano em processo de “maturação” por sessenta dias para poderem comercializar, já que são a base de leite cru, o que é considerado longo. Outro entrave regulatório é o reconhecimento de produtos ainda não registrados, o que impede a formalização de produtos com a matéria-prima disponível.

O terceiro eixo diz respeito à matéria-prima e ao consumidor. O alto custo de produção, especialmente em momentos de crise, como a pandemia de Covid-19, não foi acompanhado por um aumento proporcional no preço final dos produtos, reduzindo a margem de lucro dos produtores. Além disso, há uma dificuldade em expandir a

base de consumidores, uma vez que muitos desconhecem o produto. Nesse sentido, estratégias de informação e divulgação são essenciais para fortalecer a comercialização.

Em síntese, os quatro territórios analisados apresentam características peculiares, mas compartilham dois desafios estruturais: a comercialização e a ausência de uma governança territorial eficaz. A comercialização resume várias questões pontuadas pelos gestores, no que se refere a divulgação dos produtos, exigências legais, busca de novos mercados, conciliar produção e vendas, além da dificuldade de acesso aos mercados e a logística de transporte. Esses não são problemas exclusivos desses produtores, mas desafios históricos da agricultura familiar em outros territórios. Enquanto as atividades produtivas costumam contar com a assistência técnica, seja na lavoura, na colheita ou no processamento, a falta de estudos de mercado e de projetos voltados ao fortalecimento da comercialização é evidente.

Da mesma forma, embora existam políticas públicas voltadas ao fomento da produção e da agroindustrialização, praticamente inexistem iniciativas que auxiliam na estruturação de estratégias de comercialização e na criação de infraestrutura adequada. Não por acaso, essa é uma das reivindicações de um gestor de AIF entrevistado, no que se refere ao apoio do poder público local. Esse apoio à comercialização pode vir de forma indireta, a exemplo da disponibilidade pelo poder público de transporte para os jovens rurais que estudam fora do município, o que lhes permitiria contribuir mais na unidade produtiva. Dessa forma, o produtor teria mais tempo para realizar suas entregas ou até mesmo investir em estratégias de comercialização, como a participação em feiras, a diversificação dos pontos de venda e o fortalecimento da divulgação dos produtos. Além disso, essa medida poderia reduzir a evasão da juventude rural, permitindo que os jovens conciliem seus estudos com o envolvimento nas atividades produtivas da família, garantindo a continuidade e a sustentabilidade dos empreendimentos agroindustriais no território.

A estruturação de uma governança territorial seria a melhor forma de contribuir significativamente com a comercialização e outras demandas das agroindústrias familiares ao promover uma maior articulação entre os atores locais, incluindo produtores, organizações de apoio, setor público e mercado consumidor. Muitas das dificuldades desse segmento produtivo pode ser superada com a busca de uma solução que seja discutida por diferentes representações (públicas, privadas e

associativas). Para que essa governança territorial seja eficaz, é fundamental considerar as particularidades de cada segmento produtivo, reconhecendo que as agroindústrias familiares não enfrentam desafios homogêneos.

Esses aspectos podem ser melhor compreendidos à luz do Quadro 6, que organiza comparativamente os principais elementos estruturais e organizacionais dos empreendimentos analisados.

Quadro 6 - Síntese de variáveis das agroindústrias familiares situadas nos quatro subterritórios da Serra Catarinense

Variáveis	Serra da Serra	Madeira e diversos	Região dos Lagos	Núcleo Metropolitano de Lages
Número de AIF entrevistadas	Oito	Cinco	Cinco	Doze
Principais produtos	Queijo artesanal serrano, bebidas, panificados, vegetais beneficiados e processados e outros	Mel de metato de bracinga, panificados, diversificados e outros	Queijo artesanal serrano, panificados, ovos, bebidas e vegetais beneficiados.	Mel de melato de bracinga, pinhão, panificados, processados de carne, vegetais beneficiados, diversificados e outros.
Vendas	Principalmente nos municípios do subterritório	Principalmente fora dos municípios do subterritório	Principalmente fora dos municípios do subterritório	Principalmente nos municípios do subterritório
Origem da matéria prima própria (%)	62,5%	20%	80%	75%
Relações com o turismo	Forte	Fraca	Fraca	Forte
Parceria com as organizações do poder público	Forte	Pouco expressiva	Pouco expressiva	Forte
Práticas ambientais adotadas	Não uso ou uso mínimo de agrotóxicos, controle sanitário da produção e rotação de pastagem, esgoto tratado, separação e reciclagem do lixo, uso de energia solar e captação de água de chuva.	Separação e reciclagem do lixo, uso dos resíduos da AIF para compostagem ou ração animal, proteção das águas, proteção das matas nativas e reflorestamento com bracinga.	Baixo uso de insumos químicos, ações de bem-estar animal, separação dos materiais recicláveis e uso de compostagem para os resíduos orgânicos, manejo integrado de pragas e doenças, reutilização de resíduos da produção para outras finalidades.	Separação de resíduos, manejo adequado e aproveitamento dos subprodutos da produção, bem estar animal, conservação de nascente e reflorestamento com bracinga.
Desafios para comercialização	Principalmente na divulgação	Obstáculos logísticos,	Necessidade de aprimorar	Condições precárias das estradas, criação

	dos produtos, conquista de novos mercados e suporte a novos empreendedores.	principalmente devido às condições precárias e perigosas das estradas rurais e urbanas, dificultando o transporte e o escoamento da produção	habilidades para vendas digitais, carência de apoio do poder público para inserção dos produtos em novos mercados, dificuldade de conciliar produção e comercialização e a rigidez da legislação	de novos mercados, instabilidade de alguns canais de venda e os baixos preços em alguns canais, exigências legais e burocráticas.

Fonte: Elaboração própria, 2025.

5.3.2 As diferenças entre as categorias e subcategorias de produtos

Diante da diversidade de produtos gerados pelas AIF na Serra Catarinense, compreender as especificidades de cada subcategoria possibilita a construção de iniciativas mais assertivas e a sustentabilidade dessas agroindústrias no território. Ao aproximar-se por similaridade, cada subcategoria de produto exige estratégias e lida com desafios específicos, que vão desde a obtenção de matéria-prima de qualidade até a adaptação às exigências legais e sanitárias. As características dos produtos também afetam a escolha dos canais de comercialização e resulta em grau distinto de concorrência com produtos industrializados, exigindo a agregação de valor para se diferenciar dos produtos hegemônicos. Nas subcategorias pesquisadas tem-se alguns recursos e ativos territoriais específicos, assim classificados por apresentarem um diferencial que só o território pode produzir. Em certa medida, quando esses estão ativados, contam com o reconhecimento do consumidor. Nesses casos temos o queijo artesanal serrano, o mel (principalmente, o de melato de bracatinga) e o pinhão. Outros produtos apresentam especificidades por serem artesanais, coloniais ou uma produção diferenciada promotora de qualidade. Nesse grupo estão os panificados, bebidas (sucos e vinhos), vegetais beneficiados (morango e feijão) e processados (maçã processada), ovos, diversificados (sucos e geleia; morangos e geleia; mandioca descascada, pinhão inteiro e moído e panificados) e outros (granola, cogumelos e sorvete).

O queijo artesanal serrano de leite cru é produzido predominantemente por mulheres (75 %), sendo que o homem participa da ordenha, onde a matéria-prima é totalmente própria. Esse é um trabalho que acumula conhecimento tradicional e familiar e que se estendeu ao mercado, representando a maior renda da unidade

produtiva para 75 % das famílias que o produzem. A produção do queijo artesanal serrano chega a ser de até duas vezes por dia, sem dias de descanso. Ou seja, é um trabalho diário no qual a produção ocorre em até 24 horas após a ordenha, conforme relatou uma entrevistada. As boas práticas de fabricação constituem uma das exigências, principalmente, devido a matéria-prima ser de origem animal (Figura 15). Todas as/os gestoras/es das AIFs que trabalham com o queijo serrano a possuem.

Figura 15- Manejo produtivo da matéria-prima e produção artesanal do queijo serrano de leite cru com boas práticas de fabricação



Fonte: acervo pessoal (2022)

A maior parte dos produtores do queijo serrano tem entre 55 e 64 anos, com outros entre 45 e 54 anos (25 %). Em apenas 50 % das AIF ocorre ajuda dos filhos, mas essa geralmente ocorre em parceria com o cônjuge. Com a falta dos jovens na produção do queijo artesanal serrano, aliada à ausência de incentivos, restringe o saber-fazer às gerações mais velhas e coloca em risco a preservação dessas práticas tradicionais. Destaca-se que, segundo os entrevistados, a produção exige um conhecimento prático muito peculiar, de difícil aprendizado, portanto, a transmissão do conhecimento entre as gerações ocorre, em grande parte, no dia a dia da atividade.

Todos os produtores de queijo artesanal serrano recebem assistência técnica da Epagri, ao qual se soma o suporte de técnicos da prefeitura (75%). Apesar de apenas uma agroindústria utilizar a Marca Coletiva Sabor Serrano, há um importante diálogo entre os produtores e o Cisama sobre o processo de agroindustrialização. No momento das entrevistas, 50 % já possuíam a estrutura de processamento

formalizada, enquanto os outros 50 % ainda estavam em processo de formalização. No que diz respeito às práticas que garantem a qualidade do produto, os entrevistados destacam que os cuidados começam ainda no pasto nativo, com manejo rotacionado, e se estendem até a fase de “maturação” do queijo artesanal serrano. Além disso, enfatizam a qualidade da matéria-prima própria, a ausência de produtos químicos no produto, o caráter artesanal da produção e o sabor diferenciado como fatores essenciais para a valorização do produto.

A principal dificuldade enfrentada pelos produtores está na legislação, muitas vezes, com exigências difíceis de serem cumpridas na realidade da produção artesanal e de pequena escala. Entre os desafios mencionados estão a rigidez das normas para a produção do leite, como a obrigatoriedade de diversas análises laboratoriais; o tempo mínimo exigido pela legislação para a “maturação” do queijo artesanal serrano antes da comercialização, o que contrasta com a preferência de muitos consumidores por queijos mais frescos; o peso mínimo estabelecido para as peças e a impossibilidade de fracionamento. Em suma, os produtores enfrentam uma regulamentação que, em muitos aspectos, se mostra incompatível com a dinâmica e as particularidades da produção artesanal.

O processamento do pinhão é uma atividade que envolve vários membros das famílias nas etapas que vão desde a colheita à comercialização (Figura 16). Contribui para isso a concentração das atividades em um curto período, por ser um produto sazonal, já que a coleta que vai de abril a julho. Embora seja o recurso específico mais antigo do território, sua comercialização como produto processado ainda é limitada, concentrando-se na *in natura*. No território, há um grande número de extrativistas e atravessadores, mas pouco processamento é realizado. Quando ocorre, restringe-se à venda do pinhão cozido inteiro ou moído.

Figura 16-: Da colheita ao preparo do pinhão para comercialização



Fonte: Acervo pessoal (2022)

Com o propósito de manter e fortalecer a cultura do pinhão na região da Serra Catarinense, o Centro Vianeí tem desenvolvido e participado de projetos que fazem do pinhão objeto central de inovações e pesquisas, a exemplo do “Programa Saberes e Fazeres do Pinhão” e do “Projeto Pró Espécies – fortalecimento da cadeia produtiva do pinhão no Plano de Ação Territorial (PAT) Planalto Sul” (Vianeí, 2025). Mais recentemente, o Cisama, em parceria com o Centro Vianeí, a UFSC e a UDESC, e com financiamento do MDA desenvolve o projeto “Roteiro da Sociobiodiversidade do Pinhão na Serra Catarinense”. O estudo tem como objetivo promover a criação de um sistema produtivo sustentável a partir da valorização da araucária, reconhecendo sua relevância para a cultura, gastronomia e composição vegetal dos campos de altitude. Além disso, destaca-se o papel do pinhão na geração de renda e na segurança alimentar e nutricional de diversas famílias da região, reforçando sua importância para o consumo local, e consolidação da identidade territorial (Cisama, 2025).

Dentre os dois gestores entrevistados, um adquire toda a matéria-prima, enquanto o outro utiliza parte da sua produção e complementa com a compra de agricultores do próprio município. Ambos utilizam a marca coletiva Sabor Serrano, sendo o Cisama a organização que mais se aproxima desses produtores. Os entrevistados reconhecem que a marca agrega valor ao produto, reforçando sua identidade territorial e artesanal. Outros diferenciais de qualidade apontados incluem a embalagem transparente, que permite a visualização do produto, o fato de ser produção familiar e o cozimento em fogão a lenha, o que intensifica o sabor.

Uma das famílias detalhou todo o processo produtivo, que se inicia com a compra da matéria-prima. O pinhão adquirido é imediatamente selecionado, cozido e descascado um a um. Para essa etapa, são utilizadas três máquinas, criadas pelo gestor da AIF, incluindo também um equipamento específico para moer o pinhão. Após o processamento, o produto é embalado na forma inteira ou moída e armazenado em refrigeração. Assim se garante maior durabilidade e disponibilidade do produto para venda até a próxima safra. Esse processamento evita a desidratação e o desenvolvimento da broca (um inseto comum na semente crua) ou outras formas de perda patologias.

O pinhão é um produto fortemente ligado à identidade territorial, possibilitando uma conexão entre o consumo local, já tradicional, e o turismo. Essa relação se intensifica no inverno, quando há maior oferta do produto e um aumento no fluxo turístico no território. Contudo, o pinhão processado pelas AIF amplia a possibilidade de comercialização na entressafra e em canais mais distantes do território de produção da matéria-prima, o que limita essa conexão.

Desde 2010, projetos coordenados pelo Centro Vianeí têm desenvolvido ações voltadas com os extrativistas, que enfrentam desafios crescentes. Os relatos apontam a redução da participação de jovens na coleta, a expansão das plantações de pinus e soja, além da construção de barragens no território e a dificuldade de entendimento entre os extrativistas. Atualmente, a comercialização do pinhão *in natura* ocorre majoritariamente por atacado, o que limita as oportunidades de agregação de valor e fortalecimento da economia local. Diante desse cenário, torna-se evidente a necessidade de investimentos que garantam melhores condições de trabalho, incluindo máquinas para o processamento, o desenvolvimento de novos produtos e ampliação do mercado consumidor. Sem incentivos e estratégias voltadas à valorização do pinhão enquanto produto regional, há o risco de que o retorno econômico continue restrito aos atravessadores que se beneficiam do extrativismo, reduzindo seu potencial de gerar benefícios econômicos e sociais para as comunidades locais e impulsionar o desenvolvimento mais sustentável para o território.

Outro ativo específico do território é o mel de melato de bracatinga que, desde 2021, possui indicação geográfica. A esse se soma outro mel, diferenciado pela origem em florada silvestre. Esses produtos estão ligados a uma construção social mais recente pelos atores, não sendo tradicionalmente consumidos no território.

Apesar de estar gradativamente conquistando um público consumidor local, para os quatro produtores entrevistados, a diversificação de canais de comercialização é um fator essencial para ampliar diferentes perfis de clientes, especialmente, os dispostos a pagar por um produto relacionado à saúde e benefícios terapêuticos, ou no caso de empreendimentos que o utilizam como alternativa ao açúcar (ex. granola).

Todos os produtores relataram ter produção própria de matéria-prima, com apenas um produtor adquirindo mel em períodos de baixa produção para manter a escala. No entanto, esse produtor tem investido no plantio de bracatingas para ampliar a sua produção, especialmente, durante o inverno, quando a produção de mel silvestre é menor. Quando há necessidade de compra, a matéria-prima é adquirida de vizinho da própria comunidade, reforçando a economia local.

A produção de mel é predominantemente conduzida pelos homens que atuam em todas as etapas do processo, enquanto as mulheres auxiliam na produção da matéria-prima (cuidados com as caixas de abelha e extração do mel), no trabalho agroindustrial (beneficiamento) e na comercialização. Apenas uma das AIFs conta com a participação do filho nas atividades, assumindo múltiplas responsabilidades. Entre as organizações de suporte, a Epagri é a mais presente, e três dos quatro produtores entrevistados participam ativamente da Associação de Produtores de Mel (APROMEL), no município de Capão Alto. Destaca-se nessa articulação a criação de territórios construídos em torno de um produto, mas sem articular o mel a outras iniciativas, como propõe a CBST. Esse grupo de produtores se destaca pela conformidade com a legislação sanitária: todos possuem registro, sendo que três operam sob o Serviço de Inspeção Municipal e um sob o Serviço de Inspeção Estadual.

Para garantir o diferencial e a qualidade do mel de bracatinga, 75 % dos gestores fazem uso do Selo Arte, o qual os permite comercializar em todo o país. Outros diferenciais estão relacionados a manutenção da sanidade e pureza do mel e o fortalecimento da reputação construída ao longo de anos. Além disso, alguns produtores mencionaram o fato de não filtrarem e aquecerem o mel no inverno, preservando a qualidade. Com foco na inovação, planejam diversificar a linha de produtos, incluindo mel em favo, cachaça com mel, pólen, própolis e mel em sachê.

Os desafios enfrentados pelos produtores surgem principalmente após processamento e embalagem do mel. A oscilação da demanda gera insegurança e exige capital de giro para aguardar os momentos favoráveis, sendo que a

concorrência é elevada em um território onde o consumo desses produtos ainda é limitado. Além disso, registra-se a precariedade das estradas e a baixa presença de estratégias complementares de estímulo às vendas, como a de um representante comercial. Ao atuarem como associação, não há ação para venda coletiva, o que limita as oportunidades de expansão para novos mercados.

Os panificados representam uma subcategoria amplamente presente no território (Souza, 2021). No estudo das cinco AIF pesquisadas, três utilizam a MCSS, porém a assistência técnica é escassa, com apenas duas AIF sendo atendidas pela Epagri. As mulheres são as principais gestoras desse segmento e, em quatro AIF analisadas, os panificados constituem a principal fonte de renda da família. Todas iniciaram seus empreendimentos com recursos próprios ou financiamento, sem recorrer a programas de crédito. Essas empreendedoras, com idade entre 45 e 64 anos, produzem a partir do conhecimento tradicional e familiar, aprimorando receitas ao longo das gerações.

Do ponto de vista das gestoras, a valorização dos panificados ocorre principalmente pela utilização da MCSS, pela participação em festas típicas da região e, no caso de uma produtora, pela feira semanal realizada no município de Lages. Entre os diferenciais de qualidade dos produtos destacam-se o sabor e a apresentação do produto, a qualidade da matéria-prima, a experiência acumulada na produção, o capricho na fabricação, o cuidado nas questões sanitárias e o bom atendimento aos consumidores. Essas mulheres relatam estar sempre em busca de inovação. No período das entrevistas, a produção era diversificada e variava entre dois e onze tipos de produtos⁷⁶ por estabelecimento. Em complemento, algumas estavam inserindo ou pretendiam inserir novas opções, como produtos sem glúten e lactose, maior variedade de bolachas, tortas congeladas, receitas com chocolate (como alfajor) e massa de macarrão caseira. A principal dificuldade enfrentada está na comercialização, seja pelas condições precárias das estradas, pelo alto custo do transporte, pela falta de habilitação ou de alguém que possa realizar a entregas, além da necessidade de desenvolver habilidade para ampliar os canais de venda.

⁷⁶ Na quantificação dos tipos de produtos, considerou-se um mesmo tipo quando esse é apresentado igualmente, somente em tamanhos de peças, ou pesos em embalagens diferentes. Na classificação em tipos de produtos alguns foram agrupados, o que oculta parte da diversidade existente interna a ele: a) bolachas: chega a ser diversa em até 12 receitas distintas em uma AIF; b) cucas: embora considerado um produto, há 10 receitas de sabores distintos em uma AIF.

Os demais produtos apresentam particularidades que dificultam uma análise mais aprofundada com base em um número reduzido de entrevistas. No entanto, de forma geral, observa-se que, mesmo não sendo recursos territoriais específicos, os produtores buscam se diferenciar dos produtos homogeneizado pela indústria em diferentes aspectos, seja na qualidade e origem da matéria-prima, no cuidado com o processamento artesanal, na conexão com o turismo ou nas relações de proximidade estabelecidas com os consumidores. Essas estratégias demonstram a importância da valorização dos produtos das AIF e da construção de identidade no mercado. No próximo capítulo, serão abordadas com mais detalhes as dinâmicas e desafios envolvidos na comercialização desses produtos.

Para compreender como cada tipo de produto influencia as estratégias produtivas e comerciais das agroindústrias familiares da Serra Catarinense, elaborou-se uma síntese das principais características associadas às subcategorias analisadas (Quadro 7). Essa síntese permite visualizar como diferentes produtos ativam recursos distintos do território e exigem capacidades particulares dos gestores, afetando diretamente suas possibilidades de permanência, diferenciação e fortalecimento no mercado.

Quadro 7 - Síntese das Características por Subcategoria de Produtos das AIF na Serra Catarinense.

	Trabalho	Especificidade territorial	Conhecimento	Legislação	Facilidade de venda	Principais valorizações
Queijo artesanal serrano de leite cru	Predominantemente feminino e com produção diária	Forte identidade territorial ligada a tradição serrana.	Peculiar, difícil de transmitir.	Elevada. Considera das incompatíveis com a pequena escala	Boa aceitação de mercado e com valor agregado significativo	Qualidade da matéria-prima própria; ausência de químicos; sabor diferenciado; caráter artesanal; vínculo territorial; reconhecimento associado à Marca Coletiva Sabor Serrano.
Pinhão	Trabalho familiar e	Recurso sociobiodiv	Saber tradicional	Desafios na	Mercado para processados	Valor cultural e

	concentrado no período da safra (sazonal)	erso emblemático da Serra; forte identidade cultural.		regularização do processamento	ainda limitado e com forte presença de atravessadores. Potencial para ampliação via projetos territoriais e rotas da sociobiodiversidade	identitário; contribuição para renda e segurança alimentar; iniciativas territoriais que reforçam sua importância ecológica, gastronômica e patrimonial.
Mel (com destaque para melato de bracinga)	Distribuído ao longo do ano.	Melato de bracinga é exclusivo da região, com forte diferencial territorial.	Domínio técnico.	Produção com boas práticas apícolas, sendo necessária inspeção sanitária	Alta demanda: produto consolidado e reconhecido.	Produto único e de alta qualidade; forte identidade territorial.
Panificados	Geralmente trabalho feminino, com produção contínua.	Receitas associadas à tradição local.	Técnicas artesanais e receitas transmitidas entre gerações.	Atendimento às regras sanitárias para manipulação e processamento de alimentos	Boa saída em mercados locais, feiras e encomendas	Frescor, produção caseira, sabor artesanal e uso da marca coletiva
Outros (bebidas, vegetais beneficiados, processados de maçã, ovos, diversificados e outros produtos)	Trabalho familiar predominante, com grande diversidade de tarefas conforme o produto.	Varia conforme o produto: clima serrano, frutas regionais, tradições coloniais.	Conhecimentos múltiplos (fermentação, beneficiamento, manejo animal, conservação).	Legislação varia por categoria; inclui inspeção, rotulagem e boas práticas.	Boa aceitação geral pela diversidade; alguns têm forte apelo turístico.	Artesanaldade, frescor, produtos diferenciados, inovação dentro da tradição.

Fonte: Elaboração própria, 2025.

5.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS DO CAPÍTULO 5

A caracterização das AIF da Serra Catarinense evidencia que esses empreendimentos não podem ser compreendidos apenas como unidades econômicas

ou setores produtivos isolados, mas como componentes centrais de sistemas alimentares territorializados. Sua diversidade de arranjos produtivos, a heterogeneidade das matérias-primas, o enraizamento sociocultural e a interação entre rural e urbano revelam dinâmicas que extrapolam classificações normativas, exigindo análises capazes de integrar dimensões produtivas, sociais, culturais e institucionais.

Do ponto de vista analítico, as AIF operam em um espaço onde coexistem diferentes racionalidades: a normativa, orientada à segurança e padronização dos alimentos, e a sociocultural, vinculada ao saber-fazer artesanal, às tradições locais e à construção social da qualidade. Nesse contexto, a informalidade, mesmo não sendo o foco da pesquisa, aparece não como irregularidade, mas como etapa constitutiva das trajetórias produtivas, sustentada por relações de confiança e pela legitimidade atribuída pelos consumidores (Figura 17). A formalização sanitária, por meio de instrumentos como SIM, SISBI e Selo Arte, emerge como desdobramento dessas trajetórias, ampliando mercados e permitindo que produtos territorializados circulem de forma mais ampla, sem perder sua identidade sociocultural.

Figura 17- Comercialização de um mesmo produto na feira no município de Lages, com e sem rótulo, atendendo diferentes interesses de consumidores



Fonte: Acervo pessoal (2022)

As evidências também mostram que as AIF desempenham papel estratégico no desenvolvimento territorial ao ativar recursos materiais e imateriais, dinamizar

mercados locais, fortalecer redes sociais e ampliar oportunidades econômicas. A predominância do trabalho familiar, a multifuncionalidade da gestão e a forte participação das mulheres revelam tanto a centralidade da família quanto desafios persistentes, como a sobrecarga laboral (da produção à comercialização) e as desigualdades de gênero. Soma-se a isso o problema estrutural da sucessão rural, que limita a continuidade de alguns empreendimentos e afeta a sustentabilidade do sistema alimentar no longo prazo. Tais questões reforçam a necessidade de políticas integradas que articulem renda, formação, cuidado e inovação.

No plano da circulação e do consumo, as estratégias de diferenciação, baseadas em matéria-prima própria, valorização de saberes tradicionais, manejo sustentável e identidade territorial, mostram como a qualidade é construída socialmente, em consonância com as preferências dos consumidores por autenticidade, confiança e produção artesanal. Essa convergência fortalece a ancoragem territorial dos produtos e amplia sua capacidade de inserção em mercados diversificados, ainda que persistam obstáculos como baixa articulação entre produtores, pouca integração com o turismo e ausência de governança territorial consolidada.

A análise das categorias e subcategorias de produtos evidencia que cada tipo mobiliza recursos e estratégias específicos, combinando tradição, inovação e vínculos culturais. Produtos emblemáticos, como queijo serrano, mel de melato e pinhão, reforçam a singularidade territorial, enquanto outras categorias ampliam a oferta e demonstram flexibilidade produtiva. A capacidade de agregar valor, contudo, depende de políticas públicas adaptadas às particularidades da pequena escala e de redes de apoio que fortaleçam a coordenação entre agricultores, instituições e mercados.

Em síntese, as AIF constituem núcleos estruturantes de sistemas alimentares mais inclusivos, diversificados e territorializados. Sua consolidação resulta da articulação entre práticas tradicionais, regulações diferenciadas, inovações incrementais e formas emergentes de organização coletiva. Ao mobilizar recursos locais, gerar renda, ampliar a oferta de alimentos de qualidade e fortalecer a Cesta de Bens e Serviços Territoriais, esses empreendimentos demonstram seu papel central na construção de um desenvolvimento territorial sustentável, ainda que tensionado por limites estruturais que demandam políticas públicas mais amplas, continuadas e articuladas ao território.

6 OS PROCESSOS DE CONSTRUÇÃO DE MERCADOS E OS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO DAS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES DA SERRA CATARINENSE

Este capítulo propõe analisar o processo de ativação de recursos pelos gestores de agroindústrias familiares e a construção de relações territoriais com as instituições, consumidores e mercados, atendendo ao terceiro objetivo específico. Para isso, inicialmente serão abordados os mecanismos envolvidos nesse processo, que respondem à demanda por uma transição de mercados baseados na confiança sustentada pelas relações de proximidade para os mercados territoriais, nos quais as transações passam a envolver intermediários. A intenção é diferenciar a formalização no processamento e na comercialização, identificando as estratégias adotadas pelos gestores das AIF para consolidação dos empreendimentos. A análise é conduzida com base na legislação vigente, desde o processo de constituição das AIF até a sua formalização.

Na segunda parte, serão analisados o papel das AIF na geração de renda de qualidade ancorada no território e na diversificação dos produtos agroindustrializados, incluindo as diferentes formas de apresentação adotadas por cada empreendimento. O objetivo é correlacionar os produtos considerados mais importantes pelos gestores com as receitas que eles efetivamente geram, permitindo compreender como as escolhas produtivas e comerciais estruturam a dinâmica econômica das AIF.

A terceira seção analisa o papel dos gestores na construção dos canais de comercialização das AIF, destacando as vantagens e desvantagens aos processos de construção social de mercados. Na última seção, as dinâmicas de organização e comercialização são analisadas à luz das estratégias de negociações e atribuições de preços, evidenciando como esses atores articulam diferentes condições e oportunidades para inserir seus produtos no mercado. Também se discute os efeitos de acontecimentos externos, como a pandemia de Covid-19 que, ao mesmo tempo em que impuseram restrições, também estimularam a abertura de novos canais e formas de comercialização.

6.1 AS NOÇÕES DE QUALIDADE DOS ALIMENTOS DAS AIF DA SERRA CATARINENSE.

O enfoque teórico-metodológico da CBST busca enfatizar a importância de mobilizar a diversidade de atributos qualificadores em torno de produtos e serviços do território. Este referencial contribui na compreensão das iniciativas de AIF que buscam ofertar produtos singulares em comparação aos elaborados pela indústria, ao combinarem elementos materiais e imateriais na construção da reputação da qualidade. Entre os diferenciais construídos em seus mercados é possível apontar a conexão com o território de origem, que confere identidade e singularidade dos produtos; o conhecimento tradicional, transmitido entre gerações e aplicado a um modo de fazer próprio; a produção artesanal, que valoriza técnicas manuais e processos diferenciados; e a proximidade com os consumidores a partir das cadeias curtas de comercialização, que fortalecem a confiança e o vínculo (Gazolla, 2013; Wilkinson; Mior, 1999). Em estudo realizado no Extremo Oeste Catarinense, Capellesso *et al.* (2025, no prelo), apontam outros diferenciais qualitativos do principal produto de cada empreendimento, como o sabor, aspecto visual, tradição cultural e étnica, apelo à saúde e às relações sociais, garantindo distintas formas de construção dos mercados locais e territoriais.

Para as AIF da Serra Catarinense, as especificidades dos alimentos são importantes na construção dos mercados e na relação com os consumidores, construindo uma reputação de qualidade. O debate sobre a qualidade dos produtos tem diferentes visões. Por um lado, a qualidade dos alimentos está relacionada ao alimento saudável e nutritivo para os consumidores. Por outro, é tomado como referência para estudos de normas sanitárias, com determinações e regras a serem seguidas (Prezotto, 1999). Em outras palavras, a discussão sobre a qualidade dos produtos das AIF busca atender aspectos de higiene e sanidade dos alimentos para comercialização, mas também está associada à qualidade de vida das famílias produtoras e os anseios dos consumidores que buscam tais alimentos. Contudo, conforme apontam Sylvander (1997), Touzard *et al.* (2014) e Mascarenhas (2012), a qualidade também pode ser compreendida como uma construção social, resultante das interações entre produtores, consumidores e instituições, e das práticas culturais e territoriais que configuram os sistemas agroalimentares territoriais. Sob essa ótica, a qualidade ultrapassa os atributos físicos e sanitários dos produtos, incorporando dimensões simbólicas e relacionais que expressam valores coletivos, modos de vida e saberes tradicionais. Na perspectiva da CBST, esses elementos são entendidos como conhecimento tradicional, identidade, reputação e vínculos de confiança, que

conferem singularidade e valor aos produtos das agroindústrias familiares. Isso significa uma tentativa de diferenciação dos produtos, não se limitando às normas do mercado. Assim, traduz uma forma de valorização territorial e cultural e exige a adaptação a novas relações comerciais, que articula identidade, renda e sustentabilidade nos sistemas alimentares territoriais.

O marketing geralmente valoriza aparência e normas como fatores de diferenciação no mercado. No entanto, nem sempre esses alimentos estão associados a práticas sustentáveis e inclusivas. Dessa maneira, as abordagens em torno da qualidade para o mercado podem se apresentar de forma distintas. Em relação à segurança dos alimentos, não se pode negar os aspectos de melhoria que a legislação sanitária impôs à produção agroindustrial nos últimos anos, principalmente, a partir do aperfeiçoamento da lei. Porém, sanidade e higiene em torno do processamento dos ingredientes é insuficiente, já que a noção de qualidade exige considerar a origem da matéria prima e demais aspectos de uma vida mais saudável. Para Prezotto (1999), a noção ampla de qualidade envolve todo o circuito produtivo, aspectos sanitários (não nocivo à saúde), nutricional (conforme as necessidades fisiológicas), organolépticas (proporcionando prazer ao consumidor), facilidade de uso (comodidade) e que sejam regulamentadas (respeitando normas), mas também considerando elementos sociais, culturais e ambientais. Considerando a dimensão da construção territorial em torno dos alimentos, o presente estudo busca captar os elementos agregados e valorizados pelos atores.

No aspecto social, a inclusão aparece como uma condição importante para o desenvolvimento territorial sustentável (Prezotto, 1999). Essa inclusão deve ocorrer tanto no aspecto da governança territorial, com representação de diferentes atores sociais em todo o processo, quanto na promoção de produtos de qualidade e acessíveis para toda a população. No aspecto cultural, Prezotto (1999) se refere ao fato das mudanças tecnológicas afetarem as tradições culturais do meio rural, sobretudo, os hábitos alimentares. Ao mesmo tempo que o urbano influencia o rural com a oferta de alimentos industrializados, desestimulando a continuidade da produção de produtos tradicionais, alguns consumidores urbanos buscam por produtos coloniais que passam a criar espaço para a constituição de agroindústrias familiares que valorizam a diversidade e cultura alimentar.

A produção da matéria-prima é apontada pelos gestores das AIF como um mecanismo gerador de qualidade de um produto final, assim como a aproximação

propiciada pelo contato direto entre produtores e consumidores em distintos canais. Nesse último caso, Dorigon e Renk (2011) apontam que, nas feiras municipais que ocorrem no município de Chapecó, os consumidores não apenas adquirem um produto diferenciado, mas renovaram seus vínculos sociais e seu sentimento de pertencimento a certa cultura. Esse aspecto está diretamente ligado ao significado de produtos coloniais, que são portadores de tradição e representam a valorização de um modo de vida. Esses produtos vão além de sua função comercial, tornando-se símbolos que materializam identidades culturais e um sentimento de pertencimento (Dorigon; Renk, 2011). O consumo representa um vínculo de cognição do ator social com o seu meio, o que pode ser analisado pela teoria dos Sítios Simbólicos de Pertencimento ⁷⁷ (Zauoal, 2006). A proximidade associada ao imaginário compartilhado contribui para a afirmação de identidades, criando espaço para os atores se inserirem em locais de pertencimento. Portanto, os produtos tradicionais ou coloniais estabelecem, por meio do mercado, um Sítio Simbólico de Pertencimento.

A percepção e satisfação dos produtores de alimentos artesanais da Serra Catarinense evidencia a importância de construir uma imagem positiva em torno de seus alimentos. Essa valorização se manifesta tanto na forma como o produto é apresentado, por meio da embalagem, rotulagem e aspectos visuais, quanto na estratégia de comercialização adotada. A maneira como os produtores comunicam a qualidade, a tradição e a identidade do produto tem influência na aceitação no mercado e na conexão com os consumidores, fortalecendo sua diferenciação em relação aos produtos industrializados.

Diante das diferentes visões sobre as características que um produto de qualidade deve apresentar, Prezotto (1999) destaca diferentes caminhos para o conjunto de critérios e mecanismos que precisam estar contemplados na normatização do controle de qualidade. O que ocorre atualmente no Brasil é que as normas se restringem às questões sanitárias, de higiene e formalização fiscal, orientadas para a escala da grande indústria que atende, sobretudo, o mercado externo. Essas normas não contemplam aspectos nutricionais, ecológicos ou sociais, bem como outros aspectos que afetam a escolha e a decisão dos consumidores. Essa

⁷⁷ A abordagem teórica dos sítios simbólicos de pertencimento representa uma ferramenta de análise formulada a partir de uma crítica ao modelo econômico hegemônico. Essa abordagem reconhece a diversidade das dinâmicas locais e as dimensões da vida humana e social, cultural e a valorização do meio ambiente (Zauoal, 2006).

“qualidade ampla” e não obrigatória pode estar presente nos produtos e ser mobilizada para diferenciá-los e valorizá-lo no processo de construção dos mercados.

Considerando os critérios sanitários para a realização da pesquisa, durante o estudo foi observado que 17% dos empreendimentos ainda enfrentavam exigências técnicas ou de infraestrutura que as mantinham em situação de informalidade. Dessas, 60% estavam em processo de regularização, nas quais duas processavam alimentos de origem animal e uma trabalha com produtos diversificados. As demais agroindústrias sem registro sanitário são duas produtoras de panificados. Em um dos casos, houve tentativa de formalização, mas o alto custo inviabilizou o processo. As duas agroindústrias de panificados já comercializaram no mercado institucional, vendendo para a PNAE e uma delas também já comercializou para o PAA. Naquele momento, a ausência de registro sanitário não foi impedimento para a venda nesses canais. Inicialmente, os programas para venda ao mercado institucional eram mais flexíveis quanto às exigências sanitárias, especialmente, para a inclusão da agricultura familiar. No entanto, houve um enrijecimento das regulamentações, passando a ser obrigatória a adequação sanitária das agroindústrias para garantir a qualidade sanitária dos alimentos fornecidos às instituições públicas.

Apesar de 17% das agroindústrias familiares ainda estarem na informalidade, nenhuma delas apontou como um obstáculo para a comercialização dos produtos, somente como limite para a expansão a novos mercados. Para 40% dessas AIF, todos os produtos são vendidos no local onde são processados, 40% vendem de porta em porta ou já possuem compradores fixos e 20% realizam a venda apenas por encomenda, demonstrando que as normas sanitárias são parcialmente substituídas por relações de confiança via contato direto. Segundo Cruz (2020), a informalidade não deve ser entendida necessariamente como um aspecto negativo, que desqualifica e remete a uma condição de atraso. Em certos casos, tal condição surge como uma estratégia de resistência e adaptação às exigências burocráticas e normativas, que nem sempre condizem com a realidade das agroindústrias familiares. Assim, a informalidade pode não representar falta de interesse na regularização, mas indicar a incompatibilidade das exigências formais com a realidade produtiva e econômica dessas unidades.

Embora a informalidade na produção e comercialização de alimentos por agricultores familiares possa ser justificada por diversos fatores, a garantia da saúde pública continua sendo um argumento central no debate regulatório. Assim, em vez

de simplesmente condenar ou negligenciar essa produção, é necessário buscar formas de reconhecer suas particularidades e criar mecanismos que permitam sua qualificação e legalização, garantindo tanto a segurança alimentar e nutricional quanto a valorização desses produtos no mercado (Cruz, 2020). Atualmente, somente o serviço de inspeção e regulamentação sanitária tem a atribuição para permitir as iniciativas de AIF ampliarem sua comercialização. Sem essa certificação, essas agroindústrias enfrentam restrições no acesso a mercados mais amplos, limitando suas possibilidades de crescimento e sustentabilidade econômica. A ausência do registro sanitário impede a participação em programas institucionais, como o PAA e PNAE, além de restringir a venda em supermercados e outros estabelecimentos formais.

Nesta pesquisa, os gestores das AIF entrevistados que buscaram se formalizar ou já estão formalizados informaram não ter sido um processo fácil. As principais dificuldades se referem ao cumprimento da legislação, envolvendo a falta de orientação para acesso a crédito e o consequente endividamento para adequar ou construir estrutura própria; as dificuldades para adaptar o processamento às exigências normativas, muitas vezes descaracterizando o saber-fazer tradicional e alterando o produto final; além de políticas públicas que não contemplam as reais necessidades do setor e de uma legislação que tende a homogeneizar o produto. Esses obstáculos interagem com outras variáveis, como a governança ainda incipiente, marcada com pouca articulação entre grupos de produtores e com o turismo no território, limitando as sinergias e a busca por soluções coletivas. Soma-se ainda a indefinição quanto à sucessão nas famílias para justificar novos investimentos, além da preocupação das famílias com a expansão da produção, diante da necessidade de escoar os produtos atendendo à demanda. Em outros termos, a gestão de canais de venda, a busca por certificações e a fidelização de consumidores exigem tempo e conhecimento que nem sempre estão ao alcance das famílias de agricultores. Enfim, são questões que demandam um planejamento estratégico cuidadoso para reduzir as incertezas, considerando não apenas os aspectos legais e estruturais, mas também a viabilidade econômica e as dinâmicas envolvidas.

No entanto, os resultados da pesquisa indicam que os produtores que optaram pela formalização permanecem nesse caminho, não havendo registros de intenção de retorno à informalidade ou de abandono da atividade. Embora relatem dificuldades e gargalos relacionados ao processo de regularização da produção em conformidade

com as normas, os gestores empenham-se em superá-las, o que evidencia significativo comprometimento com a continuidade das agroindústrias. Nesse contexto, a formalização é percebida como estratégica para a sustentabilidade dos empreendimentos. Ademais, a atuação coletiva de atores públicos, como o Cisama, tem contribuído para viabilizar a permanência e o fortalecimento desses empreendimentos, configurando relevante apoio institucional no território.

Em nenhum dos casos foi verificado qualquer relato que apontasse para baixa qualidade dos produtos, seja na produção informal ou formal. Pelo contrário, os gestores das agroindústrias familiares enfatizam a busca por padrões elevados, baseados em saberes tradicionais, no uso de matérias-primas próprias produzidas com alta exigência ou mesmo adquirindo matéria-prima que carregam excelência. Na produção, são mobilizados processos artesanais ou com técnicas aprimoradas pelos próprios gestores, que garantem autenticidade e especificidade aos alimentos. Em alguns casos, o relato aponta para o desafio de manter um equilíbrio entre tradição e inovação, os quais geram diferenciais de qualidade dos produtos das AIF. Nesse sentido, as políticas públicas que procuram favorecer esses empreendimentos precisam estar abertas a suas particularidades, diferindo da padronização homogeneizadora das grandes agroindústrias.

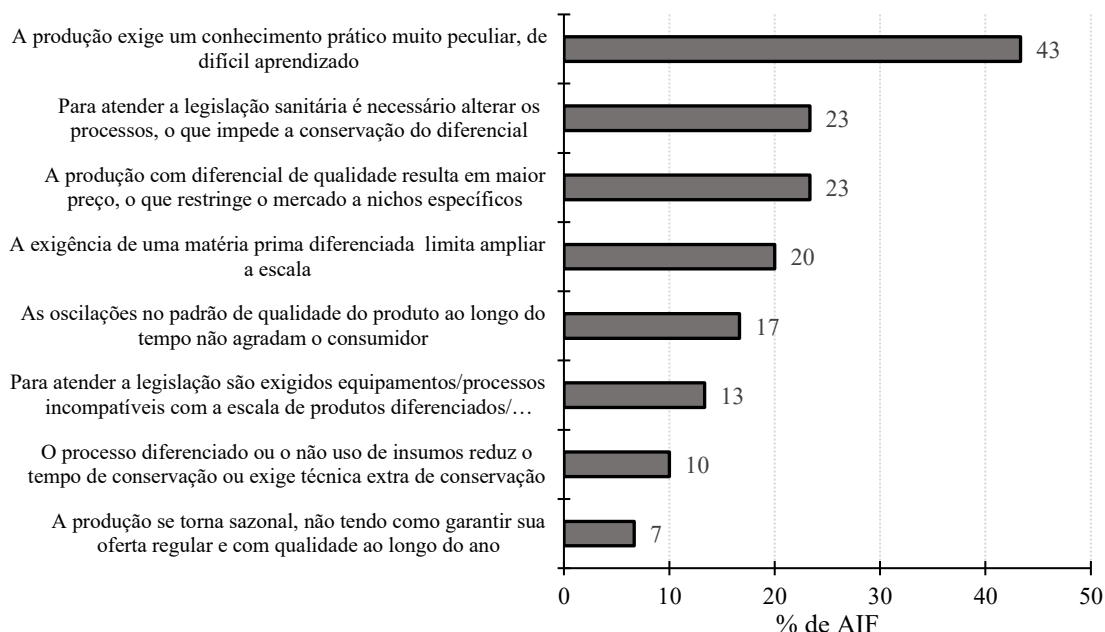
Em outras palavras, a política pública territorializada e o suporte técnico e financeiro aos produtores deve permitir que estes possam se estruturar, sem comprometer sua identidade e tradição, mas viabilizando sua permanência no mercado. Apesar dos avanços nas regulamentações específicas que diferenciem a produção artesanal da produção industrial, a implementação dessas normas ainda enfrenta desafios significativos, sobretudo no que se refere à interpretação e aplicação pelos serviços de inspeção e vigilância sanitária. Consequentemente reforça o processo de exclusão de atores sociais que buscam renda, bem como o desenvolvimento do território a partir dos recursos específicos e a promoção de diferentes acessos à alimentação tradicional. Dessa forma, há um descompasso entre a legislação e a diversidade produtiva existente, o que reforça a necessidade de regulamentações mais adequadas à realidade dessas agroindústrias, garantindo segurança sanitária sem comprometer a identidade e a viabilidade dos empreendimentos familiares.

As normativas específicas devem ser concebidas e aplicadas considerando as particularidades dos contextos familiares, tradicionais e artesanais de processamento,

cujas dinâmicas e recursos diferem substancialmente da produção industrial. A avaliação dessas unidades deve ocorrer em relação a parâmetros internos ao próprio modelo produtivo, como volume e escala de produção e adoção de boas práticas, e não por meio de comparações diretas com o setor industrial (Schottz; Cintrão; Santos, 2014). Por essa razão, tais normativas precisam ser adequadas em relação a edificações, equipamentos e procedimentos, reconhecendo que as estruturas e os modos de organização produtiva são distintos.

Ao serem perguntados sobre os desafios para manterem os diferenciais de qualidade dos produtos, algumas exigências normativas afetam número significativo das AIF entrevistadas na Serra Catarinense: 23% dos gestores afirmam que o atendimento da legislação sanitária exige alterar processos, afetando a conservação de algum diferencial de qualidade do produto; 13% declaram que para atender a legislação exige equipamentos ou processos incompatíveis com a escala de produtos diferenciados. Em complemento, a maior preocupação está em manter os diferenciais propiciados pelo conhecimento tradicional, visto que 43 % dos gestores apontam a dificuldade de repassar o conhecimento prático peculiar, de difícil aprendizagem (Gráfico 4). Esse conhecimento geralmente foi passado por gerações e não aprendido em cursos, exigindo habilidade e treinamento prático. Além disso, evidencia a centralidade do conhecimento tácito e do saber-fazer artesanal nos processos de agroindustrialização familiar. Esses saberes conferem singularidade e valor aos produtos, mas nem sempre são reconhecidos pelos sistemas de regulação industrial, que privilegiam padrões homogêneos de qualidade e conformidade sanitária. Diante disso, surge uma tensão estrutural: enquanto a padronização assegura segurança e previsibilidade, ela simultaneamente pode invisibilizar conhecimentos locais, práticas culturais e dimensões territoriais da produção, reforçando desigualdades e limitando a capacidade das famílias agricultoras de expressar autonomia e identidade em seus produtos.

Gráfico 4 - Desafios para a manutenção dos diferenciais de qualidade dos produtos apontados pelos gestores das 30 AIF entrevistados na Serra Catarinense



Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2022.

Outros desafios mencionados pelos gestores para a manter os diferenciais de qualidade, indicam que as pressões regulatórias e os requisitos técnicos, além de implicarem custos adicionais, podem comprometer a preservação de atributos associados ao saber-fazer tradicional. Em outras palavras, além dos desafios normativos, 23% dos gestores apontam que a manutenção do diferencial de qualidade dos produtos da AIF exige elevação dos preços, restringindo o mercado consumidor. Isso ocorre por diversos fatores, mas destaca-se a maior demanda por mão de obra e o fato de o método artesanal e tradicional demandar um saber-fazer específico. Em outros casos, o uso de matéria-prima de qualidade diferenciada resulta em maior desembolso, sendo que seu uso é fundamental para a elaboração de um produto de qualidade. Nessa direção, para 20% dos entrevistados, a matéria-prima diferenciada não está disponível no mercado e configura um limitante para aumentar a escala. Outra dificuldade apontada por 17% dos entrevistados está em manter um padrão de qualidade dos produtos ao longo do ano, o que pode vir a desagradar o consumidor. Nesse caso, os gestores concordam que as variações sazonais na disponibilidade e qualidade da matéria-prima influenciam diretamente a qualidade do produto final.

Das AIF pesquisadas, criadas a partir de 1978, a formalização de 83% dos empreendimentos ocorreu a partir de 2004, sendo a forma de constituição jurídica diversificada. Ou seja, a atuação na informalidade representou um tempo de

aprendizagem para ganhar escala necessária a essa etapa. Atualmente, 48% apresentam nota fiscal no bloco de produtor rural, 28% são microempreendedor individual, 8% são cooperativas, 8% são empresas de responsabilidade limitada, 4% correspondem a empresa individual de responsabilidade limitada e 4% não soube responder. A escolha da estrutura jurídica da AIF tem implicações em diversos aspectos, como tributação, acesso aos mercados, obtenção de crédito e financiamento e a responsabilidade legal do proprietário. Portanto, essa escolha dever ser feita considerando o faturamento, os objetivos de mercado e a capacidade de gestão da AIF.

6.2 GERAÇÃO DE RECEITA, ESPECIALIZAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO NAS SUBCATEGORIAS DE PRODUTOS

Com relação a receita anual das AIF, foram levantados dados de vendas de 27 AIF⁷⁸ pesquisadas, que juntas somaram R\$3,9 milhões ao ano (Tabela 5). Embora esse montante represente apenas 0,03% do PIB dos municípios da região em 2021 (R\$12,45 bilhões), sua relevância se expressa na realidade de cada família, cuja receita bruta média supera a R\$145 mil anuais). Para contextualizar o peso econômico dessas atividades no território da Amures, observa-se que o PIB per capita varia de R\$28.204,81, em Rio Rufino, a R\$95.262,07, em Capão Alto (IBGE, 2025). Nesse contexto, ainda que a contribuição agregada das 27 AIF na economia regional não ser expressiva, cada uma dessas unidades familiares de transformação de alimentos desempenha papel significativo ao valorizar recursos específicos, empregar mão de obra familiar, gerar renda, dinamizar a economia local e ofertar bens que se integram à cultura local (ex. gastronomia), promovendo acesso a alimentos de qualidade produzidos de forma artesanal, em consonância com as proposições do desenvolvimento territorial sustentável.

⁷⁸ Três AIF não informaram o valor comercializado: uma não quis revelar os valores e outras duas não tiveram comercialização no ano anterior à pesquisa, por estarem se reorganizando em decorrência da Pandemia. Dentre estas, uma estava em fase de reelaboração do seu plano de negócios, com a intenção de manter os canais de comercialização, mas elaborar outros produtos.

Tabela 5 - Agroindústrias familiares inventariadas, distribuição da amostragem entre as categorias e faixas populacionais dos municípios na região da Amures e receita bruta anual das AIF amostradas.

Categoria	Subcategoria	Amostra por faixa populacional				Receita bruta anual (R\$)
		Amostra	<5 mil	5 a 10 mil	>10 mil	
Animal	Ovos	1	*	1	*	**
	Mel	4	1	*	3	556.345,00
	Queijarias	4	2	1	1	256.650,00
	Carnes/processados	2		1	1	200.928,00**
Vegetal	Beneficiados	3	2	*	1	343.200,00
	Processados	3	*	1	2	182.000,00**
	Panificados, massas	5	2	*	3	714.000,00
	Sucos	1	*	*	1	369.300,00
	Vinhos	1	1	*	*	282.250,00
Diversificados (+ de 1 produto)		3	1	*	2	569.614,00
Outros produtos		3	1	*	2	459.324,00
TOTAL		30	10	4	16	3.933.611,00

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2021/2022.

Legenda: * não havia AIF nessa categoria, para a faixa populacional. ** Valores não informados pela AIF ou por uma AIF da categoria, sendo o total referente a 27 delas.

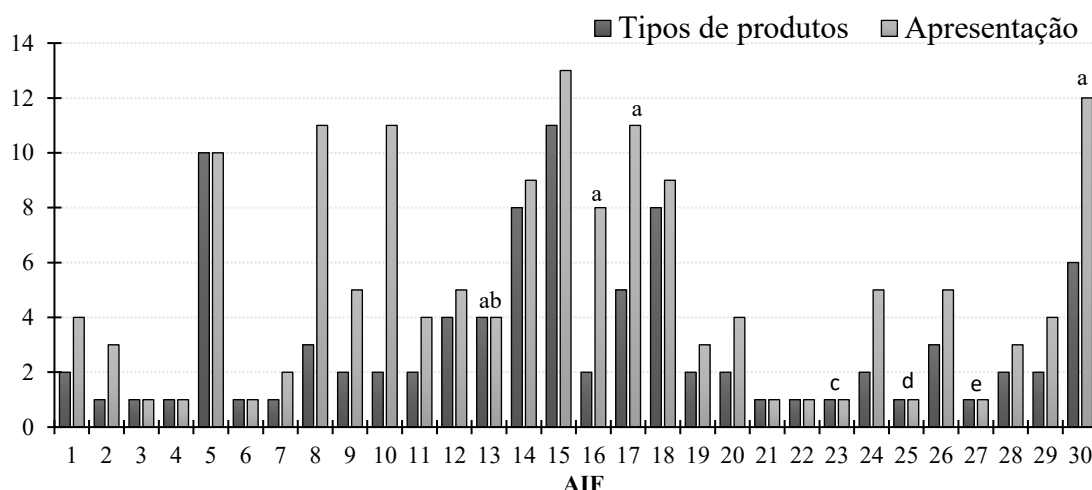
Os alimentos agroindustrializados pelas famílias são diferenciados e tem potencial de gerar uma RQT que pode ser partilhada por um conjunto de atores privados e associativos, que produzem e comercializam seus produtos, podendo incluir os consumidores locais, a partir de construção de mecanismos para seu acesso. A RQT alcança também os trabalhadores das AIF e os demais serviços aos quais elas estão vinculadas, seja associada ao turismo ou aos diversos canais em que estão inseridas. Portanto, se amplia a renda para além dos atores privados e se inclui atores sociais que fazem parte da rede de produção, comercialização e consumo.

A RQT representa uma das formas de renda de qualidade. Uma é a qualidade intrínseca aos produtos, a exemplo do sabor, cor, aparência etc. Já a qualidade territorial refere-se ao reconhecimento de características específicas da região onde são produzidos, refletindo aspectos como clima, solo, biodiversidade, saberes locais e tradições culturais. Esses elementos se manifestam na qualidade da matéria-prima utilizada, nas técnicas de produção artesanal e nos significados simbólicos associados ao produto. Dessa forma, os produtos não são apenas mercadorias, mas também

expressões da identidade territorial, fortalecendo a conexão entre produtores, consumidores e o ambiente em que são desenvolvidos.

Ao detalharmos os tipos de produtos operacionalizadas pelas 30 AIF, observa-se uma grande diversidade, com 92 tipos de alimentos (Gráfico 5). Considerou-se um mesmo tipo de produto quando esse é apresentado somente com diferentes tamanhos de peças ou de embalagens (ex. mel de bracinga de 250g, 500g ou 1kg; embalagem de plástico ou vidro). Ao agregar as diferenças de apresentação (tamanhos ou modelo de embalagem), esses desdobram-se em 153 produtos/apresentações, resultante de diferentes sabores, receitas e tamanhos de embalagens. No detalhamento da produção por empreendimento, de um lado, é possível observar oito AIF com extrema especialização, com um único produto, formato e tamanho de apresentação. De outro, tem-se agroindústrias com até onze produtos, aos quais se agrega diferenças no seu interior quanto a tamanhos e sabores. Em casos de grande diversidade de um mesmo produto, para o qual o entrevistado não sabia precisar, as informações também foram agrupadas como se fosse um único produto, mesmo existindo diferenças de sabores e receitas. Como exemplo, a subcategoria 'bolachas' reúne doze receitas distintas comercializadas por uma AIF. As maiores dificuldades de detalhamento de informações se referiram ao custo de produção unitário e ao quantitativo comercializado no ano anterior, para a qual foi possível coletar apenas dados estimativos dos valores brutos. Sempre que possível procurou-se, no entanto, captar a diversidade, considerando produtos diferentes quanto à forma de elaboração e a apresentação (ex. pinhão inteiro e pinhão moído; suco de uva e suco de maçã).

Gráfico 5 - Quantidade de tipos de produtos e de formas de apresentação junto às trinta agroindústrias familiares pesquisadas na Serra Catarinense em 2022.



Fonte: Dados de pesquisa coletados em 2022.

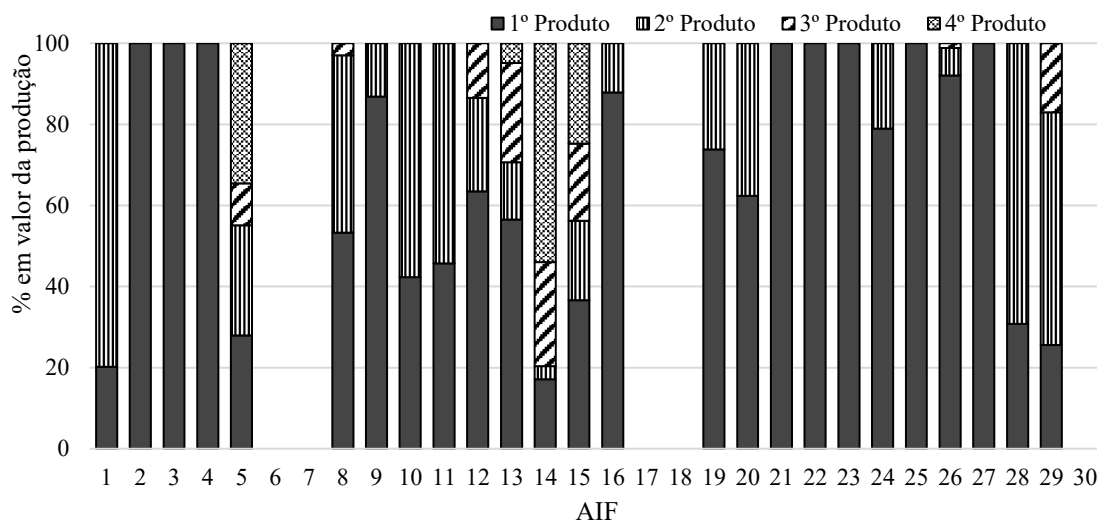
Legenda: Na quantificação dos tipos de produtos, considerou-se um mesmo tipo quando esse é apresentado igualmente, somente em tamanhos de peças, ou pesos em embalagens diferentes (ex. queijo de 500g ou de 1 kg, sendo considerado a diferença em 2 tamanhos). Só se classificou como produto diferente quando há uma forma de processamento que altera a apresentação ao consumidor (ex. pinhão inteiro x pinhão moído; embalagens com tamanhos e quantidades de pizzas distintas). Na classificação em tipos de produtos alguns foram agrupados, o que oculta parte da diversidade existente interna a ele: a) bolachas: chega a ser diversa em até 12 receitas distintas em uma AIF; b) cucas: embora considerado um produto, há 10 receitas de sabores distintos em uma AIF; c) feijões: são pelo menos 6 variedades de feijão de um único produtor; d) cogumelos: embora tenha sido registrado como único produto são 11 tipos de cogumelos produzidos e beneficiados; e) vinhos: são 6 variedades de uva produzidas e beneficiadas por uma única AIF. f) geleias de diferentes tipos.

Na categoria de panificados (AIF 13 a 17), observou-se uma maior diversidade de produtos que nas demais categorias. Nos produtos de origem animal (AIF 1 a 11), com menor quantidade de itens, os gestores revelam esforço para diversificar a apresentação por meio de variações no tamanho e nos tipos de embalagem. Esse movimento sugere uma adaptação às demandas do mercado e uma tentativa de ampliar a atratividade dos produtos junto aos consumidores. Nos produtos de origem vegetal (AIF 18 a 23) também ocorre baixa diversificação quanto aos tipos e formas de apresentação, o que pode estar relacionado a fatores como sazonalidade, perecibilidade ou menor investimento em inovação dentro dessa categoria. Essa diferença na diversificação sugere que algumas categorias têm maior flexibilidade para atender às demandas do mercado, enquanto outras ainda enfrentam desafios para expandir sua oferta. Já as AIF 12 e 24 a 30 atuam com produtos não enquadrados nas demais categorias, podendo ser um ou mais produtos, inviabilizando uma análise comparativa padronizada.

No entanto, mais do que a quantidade de produtos, é importante observar o detalhamento econômico dos tipos de produtos, verificando sua importância relativa e

equilíbrio na geração de receitas. O Gráfico 6 destaca os produtos das AIF por ordem de importância, segundo os gestores. O principal produto, foi apontado por esses atores como àquele que consideram representar o diferencial para o empreendimento. Este pode estar associado ao maior faturamento, volume maior de produtos vendidos, por valorizar práticas tradicionais de saber-fazer que possibilitaram o desenvolvimento de outros produtos, pelo interesse em agregar valor por meio de instrumentos como o Selo Arte ou a Indicação Geográfica, ou ainda pelo investimento direcionado à produção da matéria-prima, como estratégia prioritária de produção na AIF. Nesse ranqueamento de ordem de importância dos produtos, dez AIF tem um único produto representando 100% da receita. Isso ocorre para três das quatro AIF de produção de queijo artesanal serrano (AIF 2, 3 e 4), em duas de produtos animais (AIF 06 e 07), três para vegetais beneficiados (AIF 21, 22, 23), uma de bebidas (AIF 27) e uma da categoria outros (AIF 25).

Gráfico 6 - Importância relativa das receitas auferidas pelos principais tipos de produtos, para as 30 agroindústrias familiares pesquisadas na Serra Catarinense em 2022.



Fonte: Dados de pesquisa coletados em 2022.

Legenda: As AIF 6 e 18 não apresentaram faturamento por estarem se reorganizando. Já a AIF 7 não quis revelar os valores, representado por um produto exclusivo. Por fim, as AIF 17 e 30 não souberam mencionar os custos de produção e a quantidade produzida por item, apresentando apenas uma estimativa global do faturamento da AIF.

Nas AIF que processam mais de um tipo de produto, a análise do valor bruto obtido por item revela que, muitas vezes, o produto que gera maior faturamento e

contribui mais para a sustentabilidade do empreendimento não é aquele identificado pelos gestores como o principal. Um exemplo, ocorre na categoria de produtos de origem animal. A AIF 1 produz o queijo artesanal serrano e outros três tipos de queijos temperados, cuja produção, em volume, é o dobro da registrada para o queijo artesanal serrano. Ambos os produtos são comercializados diretamente aos consumidores, seja na própria AIF, seja nas residências dos clientes. Apesar disso, o queijo artesanal serrano representa 20,02% do faturamento, enquanto os queijos temperados correspondem a 79,8%. O valor do quilo varia entre os produtos: há queijo temperado com preço pela metade do valor do artesanal serrano, assim como outros que chegam a custar mais que o dobro do quilo. A escolha do queijo artesanal serrano como produto principal se refere ao interesse da gestora ao investimento feito para a obtenção do Selo Arte do produto, podendo agregar valor à produção.

Em outro caso, na subcategoria de processados de carne, é possível analisar a AIF 5, que apresenta sua maior receita proveniente do quarto produto (34,5% do faturamento), indicado pela gestora na ordem de prioridade para a AIF. O primeiro e o segundo produto indicados contribuem com 27,95% e 27,2%, respectivamente, enquanto o terceiro produto representa 10,35%. A identificação como principal produto, por parte da gestora, decorre de sua produção ser mantida de forma mais constante ao longo do ano, gerando uma produção maior, por haver uma demanda maior. No entanto, esse produto é comercializado com uma margem de lucro muito baixa, correspondendo praticamente ao custo de produção.

Na subcategoria do mel (AIF 8, 9, 10 e 11) destacam-se principalmente dois tipos de produtos: o mel de melato de bracatinga e o mel silvestre, comercializados em até onze formas de apresentação distintas. Em todas as agroindústrias analisadas o mel de bracatinga é apontado como o principal produto. A AIF 8, por exemplo, registra 53,3% de sua receita proveniente do mel de bracatinga. Embora a quantidade produzida desse mel seja equivalente à do segundo produto, seu valor agregado é superior. O terceiro produto ligado ao beneficiamento do mel é a cera de abelha, que tem ganhado espaço no mercado e já representa 3% da receita da AIF, com potencial de crescimento identificado pelo gestor.

A subcategoria das agroindústrias de panificados (AIF 13 a 17) destaca-se pela diversidade de produtos. Entre os principais itens comercializados estão a rosca de coalhada (AIF 13), diferentes tipos de pães (AIF 14 e 17), *tortéi*, pasteis fritos e assados (AIF 15) e variadas bolachas (AIF 16). Dentre essas agroindústrias, apenas

a AIF 17 não soube informar os custos de produção de cada item nem estimar a quantidade produzida. Destaca-se que as AIF 13 e 16 tem no produto principal o maior faturamento do empreendimento, correspondendo a mais de 50%.

Os alimentos de origem vegetal apresentam tendência à especialização tanto para beneficiados quanto processados. No caso das AIF 19 e 20, o pinhão cozido moído é o principal produto e representa, respectivamente, 73,8% e 62,4% da receita, vindo em segundo lugar o pinhão cozido inteiro. Embora os custos de produção e o preço de venda do pinhão moído e do pinhão inteiro sejam estimados como equivalentes, sendo o custo da moagem irrisório, os gestores optam por produzir o dobro do primeiro em relação ao segundo, devido à maior demanda do mercado. A comercialização do pinhão por meio de diferentes canais amplia o acesso dos consumidores, porém garantir a manutenção desses espaços de venda é um desafio para os gestores.

A baixa agregação de valor do pinhão e a limitada diversificação em processamentos distintos reduziram, por muito tempo, o potencial econômico desse ativo a um mercado específico e sazonal. Entretanto, iniciativas recentes têm buscado reverter esse quadro, com o desenvolvimento de novos produtos e estratégias de valorização territorial. Desde 2024, o pinhão já integra o cardápio do PNAE estadual, representando um avanço na sua inserção em políticas públicas de alimentação. Paralelamente, pesquisadores do Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas/UFSC vêm explorando alternativas como o café de pinhão e a farinha de pinhão, com o intuito de ampliar o aproveitamento da matéria-prima, fortalecer a identidade territorial e garantir a comercialização para além do período de safra. A forte ligação do pinhão com a cultura local e o turismo representa uma oportunidade para que iniciativas de governança territorial incentivem a organização de produtores, fortalecendo a produção artesanal, criando certificações de origem e estabelecendo estratégias de comercialização mais sustentáveis. No entanto, a dependência dos supermercados como principal canal de venda reforça a necessidade de alternativas que garantam maior autonomia aos produtores, como feiras, mercados institucionais e parcerias com restaurantes e empreendimentos turísticos. Os gestores até buscam esses canais, porém eles não chegam a 10%.

Por fim, cabe destacar as AIF 28 e 29. Embora sejam empreendimentos que trabalham com uma diversidade de produtos e o item de maior produção represente um volume significativo, isso não implica necessariamente que ele seja o de maior

faturamento. O preço praticado e os canais de comercialização adotados influenciam diretamente nessa equação. Produtos com menor volume de produção, mas comercializados em canais que permitem maior valorização podem gerar um retorno financeiro mais expressivo.

6.3 ANÁLISE DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO E DOS MERCADOS UTILIZADOS PELAS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES DA SERRA CATARINENSE.

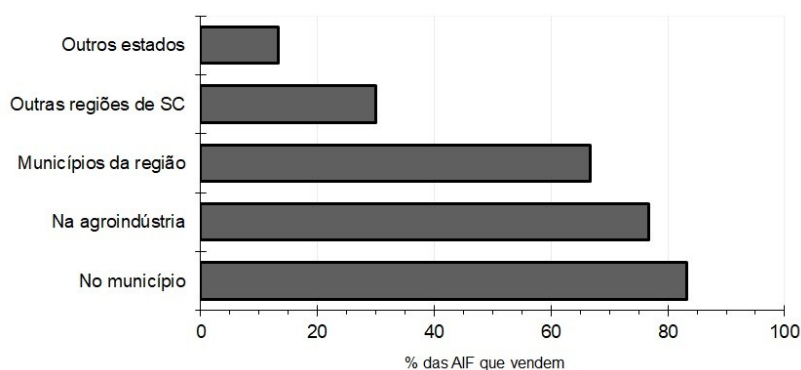
Na comercialização dos produtos das AIF, diversos mercados são construídos socialmente, observando-se que a escolha dos produtores segue distintos critérios e interesses. A possibilidade de escolha entre distintas opções contribui para superar a visão dicotômica de que os mercados são definidos como soluções ou problemas. Em diferentes graus e formatos, todas as AIF estão inseridas em mercados. O desafio não está em promover a integração de maneira incondicional ou de buscar o afastamento, mas sim na construção de diferentes formas de inserção, permitindo que atores escolham aqueles que melhor atendem às suas necessidades (Schneider, 2016). Dessa forma, a análise se volta para o grau de diversificação dos mercados construídos pelas AIF. Primeiramente, são situados o destino geográfico da produção e os locais onde ocorrem as transações. Em seguida, são descritos e quantificados os percursos desses produtos até chegarem ao consumidor final. Após a caracterização dos canais de comercialização, a discussão se orienta para as dinâmicas desses mercados acessados, utilizando a tipologia proposta por Schneider (2016), que os classifica como: proximidade, locais ou territoriais, institucionais e convencionais.

As particularidades dos canais e mercados tem interface direta com as oportunidades e desafios para a construção de uma CBST. Em transações locais, as relações diretas entre produtores e consumidores tendem a configurar um mercado de proximidade, no qual o deslocamento físico é restrito e as relações construídas são baseadas em laços sociais de confiança mútua. Nos canais territoriais as relações de troca são mais mercantilizadas e agregam um intermediário, o que tende a reduzir a força desses laços, mas o compartilhamento de referenciais socioculturais entre produtores e consumidores continua sendo uma base da valorização dos produtos (Schneider, 2016). Em diversos canais aparecem princípios da reciprocidade, conferindo ao produtor maior poder de escolha na precificação, favorecendo a

valorização de relações familiares, de amizade e de confiança, garantindo a manutenção da compra pelo consumidor e de venda da AIF (Schneider, 2016; Lauermann, 2022).

Nessa direção, o levantamento de informações sobre a espacialidade e logística de acesso aos consumidores permitiu observar que as transações se concentram na abrangência regional (Gráfico 7). O município onde ocorre a produção é um espaço de comercialização para 83,3% das AIF. Em 76,7% delas, as vendas ocorrem no estabelecimento em que se situa a AIF, podendo esse ser rural ou urbano. A venda nos demais municípios da Amures é apontada por 66,7% das AIF, espaço em que pode reduzir a relação direta, mas persistem relações socioculturais partilhadas que permitem classificar tais canais como mercados territoriais. Reduzindo a importância das relações sociais diretas entre produtor e consumidor, em 30% registra-se a comercialização em outras regiões do estado, e em 13,3% vendas de forma esporádica para fora do estado, seja em eventos ou por encomendas de clientes. Segundo as formulações em torno da CBST, a construção da reputação ocorre a partir do local, observando-se concentração das transações no próprio e em municípios vizinhos.

Gráfico 7 - Frequência relativa de respostas quanto à área de abrangência acessada por algum canal de comercialização de produtos das 30 agroindústrias familiares entrevistadas na Serra Catarinense



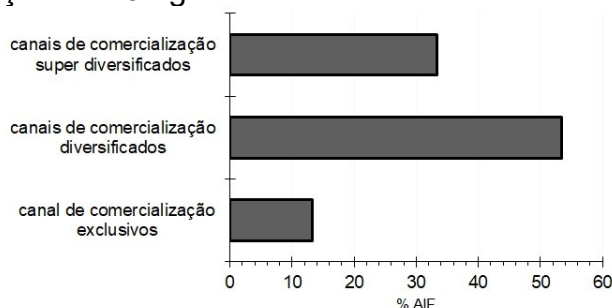
Fonte: Dados de pesquisa coletados em 2022.

Ao analisar as agroindústrias familiares que comercializam tanto produtos formais quanto informais, identificou-se que a produção é destinada aos consumidores finais e demais clientes por meio de 19 diferentes tipos de canais de comercialização. Esses dados indicam uma significativa diversificação nas estratégias de venda, semelhante ao cenário observado na Serra Gaúcha, onde as agroindústrias familiares

utilizam 18 canais de comercialização (Cenci, 2022) e ao território do extremo oeste catarinense, onde foram observados a utilização de 20 diferentes canais de comercialização pelas agroindústrias familiares (Lauermann, 2023). Esse amplo leque de canais reflete a capacidade de adaptação e a busca por maior alcance de mercado por parte dessas agroindústrias.

Para classificar os empreendimentos pela diversificação dos canais físicos de comercialização, foi utilizado o modelo mobilizado nos estudos de Cenci e Schneider (2023). Segundo essa classificação 14% das AIF pesquisadas são classificadas como estabelecimentos de canais de comercialização com canal exclusivo (quando o acesso é em apenas um canal), 53% são diversificados (quando o acesso é de dois a três canais de comercialização) e 33% como AIF superdiversificados (quando a AIF utiliza quatro ou mais canais de comercialização), como ilustra a Gráfico 8. Como se verá mais adiante, a exclusividade ocorre no caso de quatro AIF que comercializam toda a produção no estabelecimento em que se situam, sendo os compradores consumidores diretos ou atravessadores. À medida que esses se deslocam para comprar direto nas unidades, essa situação apresenta como vantagem a relação direta com múltiplos consumidores, reduzindo custos logísticos e o tempo dos produtores no processo de venda. Uma possível razão para o consumidor buscar a produção está associada ao reconhecimento da qualidade, atraindo-o para garantir o acesso em um contexto de oferta escassa, facilidade de acesso ao local ou a existência de laços socioculturais complementares à transação econômica.

Gráfico 8 - Classificação quanto ao grau de diversificação dos canais de comercialização de 29 agroindústrias familiares na Serra Catarinense



Fonte: Dados de pesquisa coletados em 2022.

Os dados sobre o número de canais de comercialização acessados pelas AIF na Serra Catarinense não são muito diferentes dos estudos realizados por Lauermann

(2023) e Cenci (2022). Nas referidas pesquisas, a maior parcela das AIF foi classificada como superdiversificada, representando 51% no caso catarinense e 40% no gaúcho, contra 33 % neste estudo. Isso sugere que, na Serra Catarinense, uma fração maior das AIF tem dificuldade de diversificar seus canais e vêm adotando estratégias mais relacionadas aos fatores logísticos e de preferência dos gestores. Ou seja, preferem manter seus compromissos com os canais já estabelecidos, evitando se arriscar em canais que não estão familiarizados. Outro possível motivo para manterem um limite na diversificação de canais é a quantidade de produtos a serem comercializados, para os quais a quantidade produzida é totalmente absorvida pelos mercados e canais já estabelecidos.

Apesar da maior parte venderem toda a produção em poucos canais, a sua diversificação pode ser entendida como estratégica para as AIF, pois amplia seu poder de negociação e oferece maior segurança diante de riscos de descontinuidades das compras. Como exemplos, nos mercados institucionais se registrou queda significativa e descontinuidades no Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), enquanto nas feiras ocorreram restrições ao funcionamento durante a pandemia. Se a diversificação é favorável aos produtores, a manutenção de canais de venda direta aos consumidores reduz o número de intermediários. Com isso é possível que, de um lado, os produtores obtenham renda mais favorável e, do outro, a ausência de intermediários reduza o preço dos produtos para os consumidores, contribuindo para que sejam acessados por diferentes classes sociais.

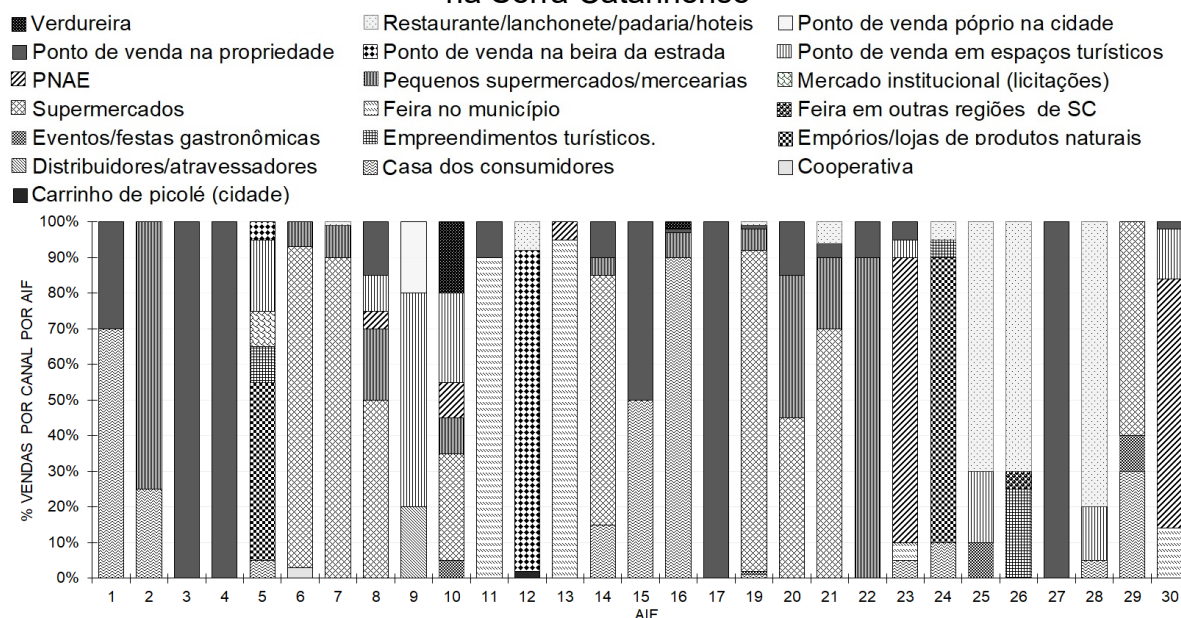
Ao analisar a importância econômica relativa dos canais de comercialização utilizados por cada uma das AIF nas diferentes localidades, destaca-se que cada estabelecimento mobiliza estratégias específicas (Gráfico 9). Entre as AIF que concentram a comercialização nas próprias agroindústrias (estabelecimentos) ou direto na casa dos consumidores estão as de produtos de origem animal (lácteos: AIF 01 a 04), de panificados (AIF 14 a 17) e uma vinícola (AIF 27)⁷⁹. Essa venda direta entre produtores e consumidores denota uma relação de proximidade, na qual as relações de confiança e amizade são partes constituintes do mercado.

Na subcategoria dos produtos de origem animal (AIF 1 a 11) é possível observar uma menor quantidade de canais, quando comparado com as demais

⁷⁹ Ressalta-se que das nove AIF de queijos artesanais serrano e de panificados, oito têm como principal gestora as mulheres.

categorias. No caso dos produtores de queijo artesanal serrano (AIF 1 a 4) há uma menor diversidade de canais do que entre os produtores de mel (AIF 8 a 11). Isso decorre, em parte, pela facilidade de comercialização desse tipo de queijo, uma vez que o produto é parte da cultura e da tradição alimentar da população do território. Esses dados sugerem que os produtores que vendem facilmente têm menor necessidade de buscar novos ou variados canais. No caso dos méis, tem-se a especificidade do mel de melato de bracatinga. Trata-se de um produto específico que não era valorizado pela cultura local, sendo considerado inferior. Contudo, ao adquirir uma reputação externa quanto a benefícios à saúde, essa situação elevou a procura e seu preço. Essa possibilidade de comercialização externa implica na diversificação dos canais no território e fora dele, na busca por diferentes categorias de consumidores - de forma direta ou via intermediários, inclusive para exportação. Já nas AIF 05 a 07 (embutidos, frango e ovos), a maior parte da comercialização ocorre via empreendimentos que intermediam a venda aos consumidores no território.

Gráfico 9 - Expressão relativa do valor da produção (%) comercializado em cada canal de comercialização utilizados por 29 agroindústrias familiares entrevistadas na Serra Catarinense*



Fonte: dados de pesquisa coletados em 2022.

Legenda: Os dados se referem a 29 agroindústrias familiares, pois a de número dezoito não realizou vendas no ano anterior à pesquisa, por estar se reorganizando.

Os panificados (AIF 13 a 17) são produtos que procuram valorizar o frescor (recém feitos). Nessa direção, são comercializados geralmente no município, seja no

local de produção, direto na casa dos produtores, feiras ou supermercados, predominando uma relação de proximidade com o consumidor. As próprias gestoras das AIF produzem e comercializam, com contribuições de membros das famílias ou de parentes. Isso faz com que o deslocamento tenda a ser menor, contando com a mínima devolução de produtos (validade curta) e a menor perda de qualidade pela modificação na apresentação visual dos produtos (bolachas quebradas, pães esfarelando, pacotes rasgados).

Nos produtos de origem vegetal (AIF 19 a 24), cada empreendimento acessa pelo menos dois canais de comercialização, o que pode ampliar a quantidade e a expressão de cada um, a depender da matéria-prima. No caso dos pinhões cozidos (AIF 19 e 20), os supermercados são responsáveis pelo maior volume de comercialização. Para os morangos e produtos beneficiados (21 e 22), tende a crescer a presença de pequenos supermercados e mercearias. Os outros produtos de origem vegetal (23 e 24) encontram maior expressão no mercado institucional, voltado para alimentação escolar, e nas lojas de produtos naturais. Ou seja, tanto contribuem com a alimentação de qualidade para crianças de escolas públicas, quanto exploram um nicho de mercado.

Nas demais AIF (26 a 30), que incluem bebidas e diversificados, também é possível observar uma variedade de canais de comercialização. Nesse grupo destaca-se a aquisição por parte de empreendimentos que preparam alimentos (restaurantes, lanchonetes, padarias e hotéis), mas também supermercados, empreendimentos ligados ao turismo e mercados institucionais. Por fim, as AIF específicas (12 e 25), produtoras, respectivamente, de sorvetes e cogumelos, possuem canais principais bem distintos: a AIF12 tem estrutura própria para comercialização, localizada na beira da estrada de acesso ao município e não no local da agroindústria; a AIF25 tem como canal principal os estabelecimentos que fornecem alimentos preparados a consumidores (restaurantes, lanchonetes, padarias e hotéis).

O estudo sobre os canais de comercialização de agricultores familiares que produzem orgânicos no Rio Grande do Sul, realizado por Jandrey, Schultz e Souza (2018), aponta para a possibilidade de os canais de comercialização influenciarem a produção, já que esta deve atender às demandas e às necessidades dos consumidores. Contudo, a escolha pelo canal considerado mais adequado ocorre em razão da produção e de como ela está organizada e da disponibilidade de estrutura e de mão de obra (Darolt; Lamine; Brandenburg, 2013). Essa última corrobora com o

que foi observado na pesquisa, pois a mão de obra se apresenta como um fator limitante na construção dos mercados. Estar envolvido na produção da matéria-prima, processamento, logística e comercialização, priorizando a qualidade do que se produz, tende a reduzir o tempo disponível para encontrar e construir canais de comercialização. Para reduzir o tempo de deslocamento, há uma predisposição em priorizar o próprio município. Em estruturas menores e com baixa disponibilidade de mão de obra, os gestores tendem a ofertar uma menor quantidade de produtos, o que pode contribuir para restringir o número de canais utilizados.

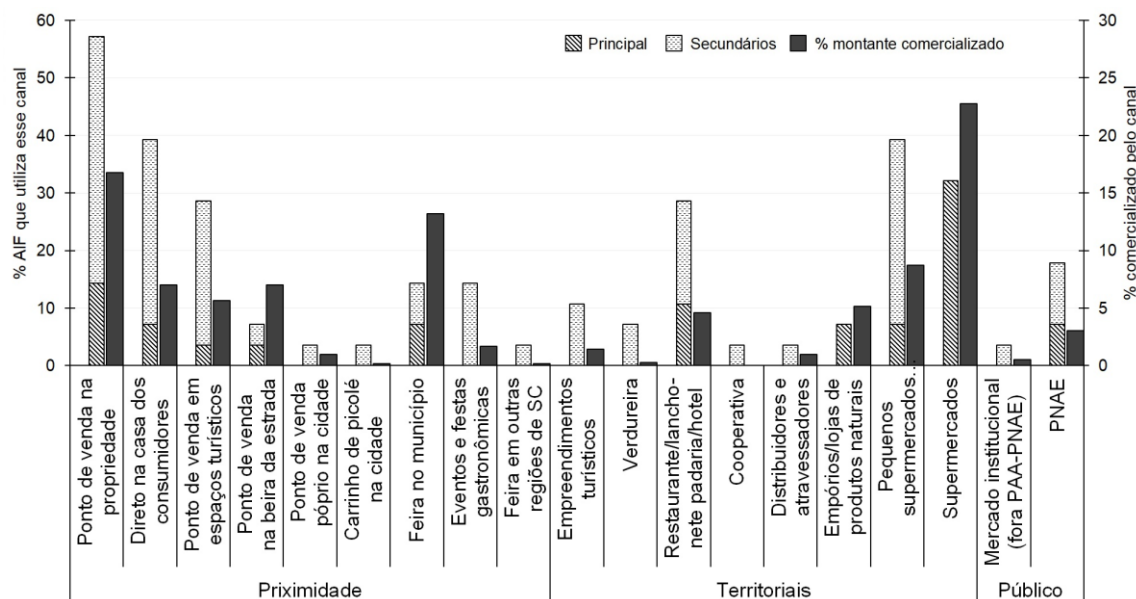
A classificação dos canais de comercialização segundo a tipologia de mercados construída por Schneider (2016) permite classificar nove deles como de proximidade (sem intermediários), oito como territoriais e dois como públicos. Ao observar os canais quanto à expressão de valores por AIF, dez canais assumem a condição de principal para ao menos uma AIF, podendo estar como secundário para outras. Dois tipos de canais, quando presentes, sempre alcançam a condição de principal para a AIF: supermercados e empórios/lojas de produtos naturais, o que indica que são buscados para ampliar os volumes comercializados. Em complemento, os pequenos supermercados e mercearias só se tornam o canal principal quando a AIF não atua nos supermercados.

Embora o canal classificado com supermercado possa sugerir um mercado convencional, esses estabelecimentos se orientam mais pelos parâmetros dos mercados territoriais. Os supermercados recebem aqui essa denominação principalmente pelo porte da estrutura física quando comparada aos minimercados e mercearias, localizados nos bairros. Porém, há que se destacar que não integram grandes redes varejistas e atacadistas, presentes em zonas urbanas com elevada concentração de consumidores. Embora este tipo de estrutura priorize a venda de produtos com circulação global, esses empreendimentos tendem a comercializar produtos locais diferenciados para atrair consumidores. Tal oferta ocorre em menor volume e os ofertantes encontram maior flexibilidade quanto à rotina de entrega ao longo do ano, visto que raramente há concorrentes. Em certa medida, esse canal pode ser classificado como um tipo de mercado territorial, pois não são empreendimentos ligados a grandes corporações ou redes comerciais, mantendo atuação na dimensão local, em que os produtores e produtos são reconhecidos pelos consumidores e intermediários por laços socioculturais partilhados. De modo convergente, Fournier (2020) destaca como uma forma hibridização de mercado, na qual coexistem práticas

convencionais e relações de proximidade, onde mesmo espaços formais podem sustentar relações ancoradas em valores territoriais. Logo, não se configura um modelo de negócios concorrencial baseado no menor preço e relação contratual, mas em relações de confiança e reconhecimento mútuo entre produtores, consumidores e intermediários, sustentadas por laços socioculturais partilhados.

Enquanto os supermercados respondem por 22,7% do montante comercializado pelas 27 AIF, as vendas nas propriedades representam 16,8% e as feiras nos municípios 13,2% (Gráfico 10). Ao classificar os canais pelos tipos de mercados, os de proximidade são o principal em 10 AIF, representando no conjunto 52,5% das vendas. A aproximação entre produtor e consumidor valoriza a confiança e reconhecimento mútuo, importantes para a visibilidade dos produtores, a manutenção da qualidade e a construção de processos inovadores a partir da demanda (Ploeg; Ye; Schneider, 2012). Ao agregar, em sua maioria, somente um intermediário, os mercados territoriais são o principal em 17 AIF, com 43,9% das movimentações. Já os institucionais são o principal em 2 AIF, com 3,6% das vendas, indicando uma baixa incidência no território desse tipo de mercado para as agroindústrias familiares. Apesar das diferenças de expressão, os mercados de proximidade, os territoriais e o institucional se voltam para consumidores do território, o que demonstra uma ancoragem territorial muito evidente. Por fim, não foram encontrados mercados convencionais típicos, que seguem a lógica das grandes cadeias de transações de produtos convencionais e indiferenciados (commodities), na qual a relação entre produtor e consumidor perde importância.

Gráfico 10 - Canais de comercialização utilizados por 29 AIF, seguindo a distinção como principal ou secundário para cada uma delas, e a participação relativa de cada canal no montante comercializado por 27 delas na Serra Catarinense.



Fonte: Dados de pesquisa coletados em 2022.

O acúmulo de estudos sobre os mercados institucionais evidencia sua importância como canal de comercialização de excedentes e de produtos sazonais, com impacto positivo na reprodução social das famílias produtoras e como espaço de aprendizagem para os atores sociais envolvidos, que abre possibilidades de acesso a novos canais de comercialização (Thies; Conterato, 2017; Jandrey, Schultz; Souza, 2018; Silveira; Sacco dos Anjos, 2022). Estudos também apontam para uma contribuição positiva ao desenvolvimento rural e como inovação social, na medida em que oferta produtos de qualidade a grupos sociais de baixa renda, a exemplo das escolas públicas (Jandrey, Schultz; Souza, 2018; Capellesso *et al.*, 2021; Silveira; Sacco dos Anjos, 2022). Um total de 10 AIF já utilizaram ou utilizam os mercados institucionais enquanto canais de comercialização, mas destacam dificuldades específicas, que vão desde as adequações para entrega dos produtos até a logística. Reiterando a importância das compras governamentais, mesmo aqueles que não a utilizam mais atualmente, destacam que o mercado institucional contribuiu com a trajetória de desenvolvimento da AIF.

De um lado, as AIF analisadas representam alternativas para uso intensivo de mão de obra familiar, sobretudo, em estabelecimento de áreas menores. De outro, ao não seguir a estratégia dos ganhos de escala, esses empreendimentos procuram aportar diferenciais de qualidade aos seus produtos para poder receber remuneração condizente com esse custo. Segundo o enfoque da CBST, os resultados encontrados junto às AIF da Serra Catarinense corroboram que a construção de uma reputação

dos produtos se inicia nos mercados de proximidade e territorial, entre atores que partilham uma cultura e que a valorizam em seus hábitos alimentares. Ao ofertar esses alimentos junto aos serviços turísticos, setor em expansão na região, esses canais podem contribuir para estender a reputação aos atores externos. Nessa direção, 1/3 das AIF tem como um de seus canais espaços ou empreendimentos turísticos, o que absorve 7,1% do montante total comercializado. Em outros canais, o reconhecimento das qualidades por consumidores externos agrega relações de parentesco, empreendimentos ou eventos que intermediam vendas desses produtos para fora do território. Enquanto 30% das AIF acessam algum canal fora do território, o acesso a mercados externos ainda não representa uma estratégia comercial para a maioria dos gestores das AIF pesquisadas.

6.4 OS PROCESSOS DE ORGANIZAÇÃO E AS DINÂMICAS DE COMERCIALIZAÇÃO DAS AIF

Em 50% das AIF, o acesso ao canal de comercialização de maior expressão se deu por iniciativa do próprio gestor da AIF. Em seguida, 44% dos gestores indicam que foram procurados pelo comprador, enquanto 3% foram por intermédio de pessoas conhecidas e outros 3% por indicação de uma organização (cooperativa, associação, órgãos públicos etc.). Outros estudos com AIF também destacam a principal forma de construção de canais de comercialização se dar por iniciativa de seus gestores (Cenci, 2022; Lauermann, 2023). Neste estudo, pode-se afirmar que os gestores (atores privados) têm papel central na construção dos mercados, registrando-se baixa presença de atores associativos. Em outros termos, saber vender é tão importante quanto saber produzir, especialmente quando se quer valorizar a qualidade do que se produz.

A comercialização dos produtos é assumida como responsabilidade dos gestores para 86% dos empreendimentos familiares, sendo realizada majoritariamente por homens (67%) e, em menor proporção, por mulheres (33%). Nas duas cooperativas pesquisadas, essa atividade é conduzida pelos cooperados. Como já apontado, a disponibilidade de mão de obra influencia diretamente a forma como a comercialização é realizada por algumas unidades, levando os gestores a adotarem estratégias alternativas para viabilizar as vendas. Entre as soluções encontradas, destacam-se: o pagamento de comissão para vendedores autônomos (7% das AIF);

a venda exclusiva na propriedade (7%); contratação de pessoas para comercialização em feiras e eventos (4%); parceria com outro agricultor para vendas em feira (4%); e a busca dos clientes pela AIF para adquirir seus produtos diretamente (4%).

A pesquisa identificou que 90% das AIF utilizam dispositivos eletrônicos e aplicativos de mensagens para negociar com consumidores e clientes, em muitos casos, sendo essa a única forma de contato. Esse dado corrobora com os resultados encontrados por Lauermann (2023), no estudo sobre as AIF no território do extremo oeste catarinense. Segundo a autora, com a digitalização ocorreu a construção de novos canais de comercialização, ou mesmo a ampliação de uso dessas ferramentas na relação com os consumidores nos canais de venda direta. Dessa maneira, a comercialização digital desempenha um papel fundamental nas vendas dos alimentos e bebidas, representando uma inovação para essas agroindústrias familiares. Esse movimento demonstra a adaptação às tendências de digitalização, permitindo a construção de mercados alimentares digitais.

Nas dinâmicas do processo de comercialização identificou-se a mobilização de vinte diferentes recursos para divulgar os alimentos e bebidas produzidos. Em 83% dos casos são combinados múltiplos canais de divulgação, sendo os mais recorrentes aqueles que utilizam a internet, tanto por meio de sites próprios, quanto postagens pagas ou não em redes sociais (Facebook, Instagram e Whatsapp). Além disso, a promoção dos produtos em feiras e eventos, que ocorrem no território e em outras regiões do estado, e por meio da interação direta entre produtores e consumidores ou revendedores. A frequência das ações de divulgação varia conforme o meio utilizado, podendo ser diária, semanal, mensal ou até anual, como no caso de eventos específicos. Entretanto, 17% das AIF não adotam nenhuma estratégia de divulgação de seus produtos, pois já possuem um mercado consumidor consolidado para seus produtos. Apesar da diversidade de canais disponíveis, a promoção dos produtos ocorre majoritariamente de forma individualizada, com pouca articulação coletiva para promover o conjunto das agroindústrias familiares. Como resultado, não há uma estratégia de marketing territorial estruturada, o que poderia fortalecer a visibilidade e a valorização desses produtos no mercado.

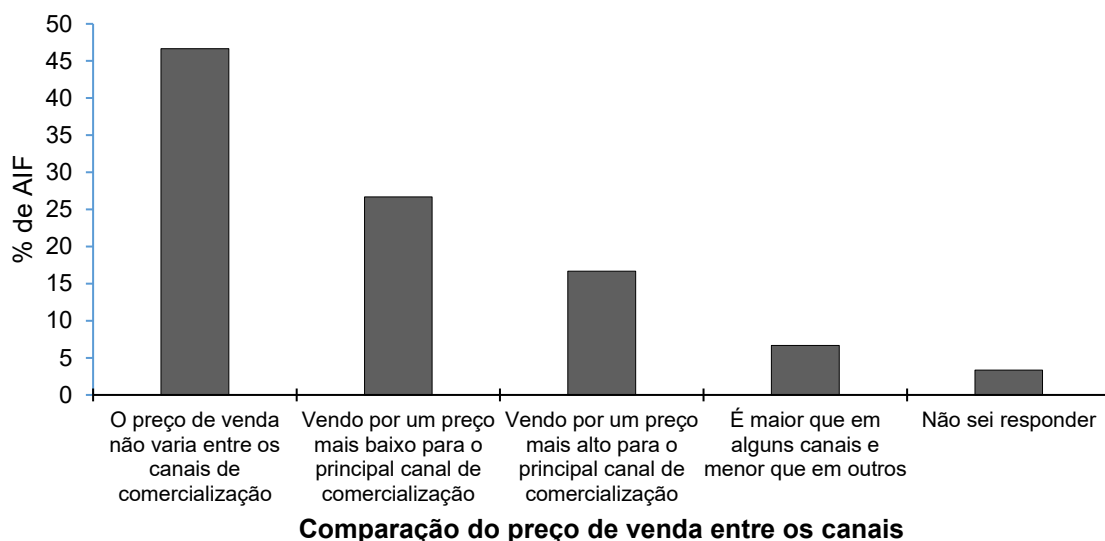
Em relação à definição de preços, 50% dos gestores afirmam realizar pesquisa de mercado para estabelecer valores com base em uma referência. Essa é integrada com outros fatores, com a maioria (60%) baseando os preços nos custos de produção. Outros adotam como referência os preços praticados pelos supermercados (13%) ou

por outras agroindústrias que produzem itens da mesma subcategoria (7%). Além disso, alguns gestores precificam seus produtos com base em chamadas públicas, licitações ou contratos (3,3%), nos valores praticados por estabelecimentos de produtos coloniais (3,3%), por determinação do comprador (3,3%); em negociações diretas com o comprador (3,3%) ou nos preços da Central de Abastecimento - CEASA (3,3%). Há ainda um pequeno grupo (3,3%) que define os preços sem um critério específico.

Ao integrar o resultado dessas decisões para o principal canal (maior receita) de comercialização, 83% dos gestores apresentam algum grau de satisfação quanto aos preços pagos pelos seus produtos, embora alguns apontem que poderia ser melhor. A insatisfação ocorre quando entendem que os preços não cobrem os custos de produção (10%) ou por perceberem prejuízo com as vendas (7%). Em paralelo, a grande maioria relatou estar satisfeita com os preços praticados, considerando os preços justos e adequados à sua realidade. Isso pode indicar que os gestores conseguem equilibrar custos e sobras, garantindo a viabilidade do empreendimento. Além disso, a satisfação pode estar associada à aceitação dos preços pelos consumidores e à percepção de que os produtos possuem valor agregado suficiente para justificar esses valores.

Considerando os fluxos da produção até o consumidor, 87% das AIF realizam vendas por meio de mais de um canal (Gráfico 11). Nesse cenário, para 47% dos entrevistados, os preços de venda são mantidos independente do canal praticados. No entanto, para a maioria dos gestores, o preço pode variar para o principal canal, em comparação com os demais canais, correspondendo a um valor menor (27%), mais elevado (17%), ou ajuste de preço de forma variável (7%). Por fim, 2% dos gestores não souberam informar sobre possíveis variações de preço.

Gráfico 11 - Comparação da prática de preços de venda entre o principal canal e os demais canais da AIF



Fonte: Dados de pesquisa coletados em 2022.

Essa diferenciação pode estar relacionada a fatores diversos, como custos logísticos, volume de vendas, poder de negociação em cada canal, evidenciando a flexibilidade dos empreendimentos. Essas variações também têm implicações diretas tanto sobre a sustentabilidade econômica das AIF, quanto para os consumidores. Para as AIF, os 27% dos gestores que vendem por valores mais baixos no canal principal, a estratégia pode estar relacionada à garantia de volume de vendas, fidelização de clientes ou redução de custos logísticos. No entanto, essa prática pode comprometer a margem de lucro e, consequentemente, a viabilidade econômica a médio e longo prazo, especialmente se os preços praticados se aproximam do custo de produção. Já os 17% que conseguem comercializar por valores mais altos no canal principal indicam um potencial de valorização dos produtos, provavelmente associado à diferenciação, à agregação de valor e à construção de relações de confiança com os consumidores. Ao escolher vender mais para quem melhor paga, esse cenário tende a favorecer a geração de renda e o fortalecimento da autonomia das AIF.

Já do ponto de vista do consumidor, quando as AIF vendem por preços mais baixos em determinados canais, como feiras locais e vendas diretas ao consumidor, há um potencial de ampliar o acesso a alimentos de qualidade para segmentos da população com menor poder aquisitivo. Isso contribui para a democratização do consumo e fortalece o papel dos mercados territoriais como espaços mais inclusivos e socialmente justos. Por outro lado, a prática de preços mais elevados em canais

específicos, como lojas especializadas e empreendimentos turísticos, pode indicar uma segmentação do mercado que valoriza produtos diferenciados, como aqueles com atributos artesanais ou certificados de origem. Essas dinâmicas revelam que a construção social de mercados pelas AIF não se restringe à lógica econômica, mas envolve também aspectos sociais e culturais. Ao praticar diferentes estratégias de precificação, as agroindústrias contribuem para criar circuitos de comercialização adaptados a diferentes perfis de consumidores, ampliando o alcance da CBST e promovendo a valorização de recursos locais com impactos positivos tanto para quem produz quanto para quem consome.

O principal canal de comercialização das AIF é aquele que, segundo os gestores, gera a maior receita bruta para o empreendimento. Entre os entrevistados, 50% relataram já ter enfrentado atrasos nos pagamentos nesse canal, embora atualmente os valores sejam quitados em dia. Outros 40% afirmaram nunca ter enfrentado esse problema, indicando uma relação comercial estável. Já para 10% dos empreendimentos, os atrasos ainda são uma realidade frequente, o que pode impactar negativamente o fluxo de caixa e a sustentabilidade do negócio. Esse cenário evidencia a importância de estratégias que reduzam a vulnerabilidade financeira das AIF, como a diversificação de canais de venda e adoção de mecanismos que minimizem os riscos de inadimplência.

Ao concentrarem os maiores volumes de receitas, a venda para o principal canal apresenta vantagens e desafios. De acordo com os gestores, o principal benefício está na fidelização do relacionamento entre produtor e consumidor ou revendedor, mencionado por 70% dos entrevistados. Além disso, outros fatores mencionados incluem a confiança no comprador (57%); o maior volume ou quantidade de venda (57%); a relação de proximidade e confiança entre a família produtora e os compradores (47%); a segurança no pagamento sem atrasos (43%); a localização próxima da AIF (33%); e o compromisso moral de venda (30%). Em síntese, os laços fortes são fundamentais para sustentar relações comerciais duradouras e estáveis, baseadas na confiança mútua, no reconhecimento da qualidade e na valorização dos produtos locais. Os mercados de proximidade e territoriais, por sua vez, emergem como espaços estratégicos que favorecem esse tipo de vínculo. Enquanto 33 % dos gestores afirmam não perceber desvantagens na venda para esse canal, os que apontam dificuldades incluem o preço baixo dos produtos (25%); as condições precárias das estradas para escoamento da produção (25%); e as perdas ou

desperdícios decorrentes da dificuldade em vender toda a produção (15%). Esses fatores destacam a necessidade de estratégias que equilibrem segurança comercial e melhores condições de venda para as AIF.

Sobre a frequência das entregas dos produtos para o principal canal, essa varia conforme a subcategoria dos alimentos, considerando a sazonalidade de alguns produtos, como o pinhão, e a perecibilidade de outros, como os alimentos de origem vegetal beneficiados. No entanto, os períodos de entrega costumam ser curtos: 54% das AIF realizam entrega diariamente ou de duas a quatro vezes na semana, enquanto para 23% as entregas são semanais. Considerando que, em 77% dos casos, as entregas são realizadas pela própria agroindústria, esse fator impacta diretamente a logística e os custos operacionais. Outro fator complicador, apontado por 27% dos gestores, são as condições ruins de trafegabilidade das vias. Assim, o transporte exige planejamento para otimizar rotas, reduzir gastos com combustível e manutenção, além de garantir que os produtos cheguem em boas condições ao destino. Diante desse cenário, algumas estratégias podem ser exploradas para minimizar custos e otimizar o processo de distribuição, como a organização de entregas coletivas entre produtores. Além disso, o acesso a políticas públicas de infraestrutura logística pode ser um diferencial para fortalecer as cadeias curtas de comercialização e ampliar o alcance dos produtos das AIF.

6.4.1 A CONSTRUÇÃO DAS RELAÇÕES COM OS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

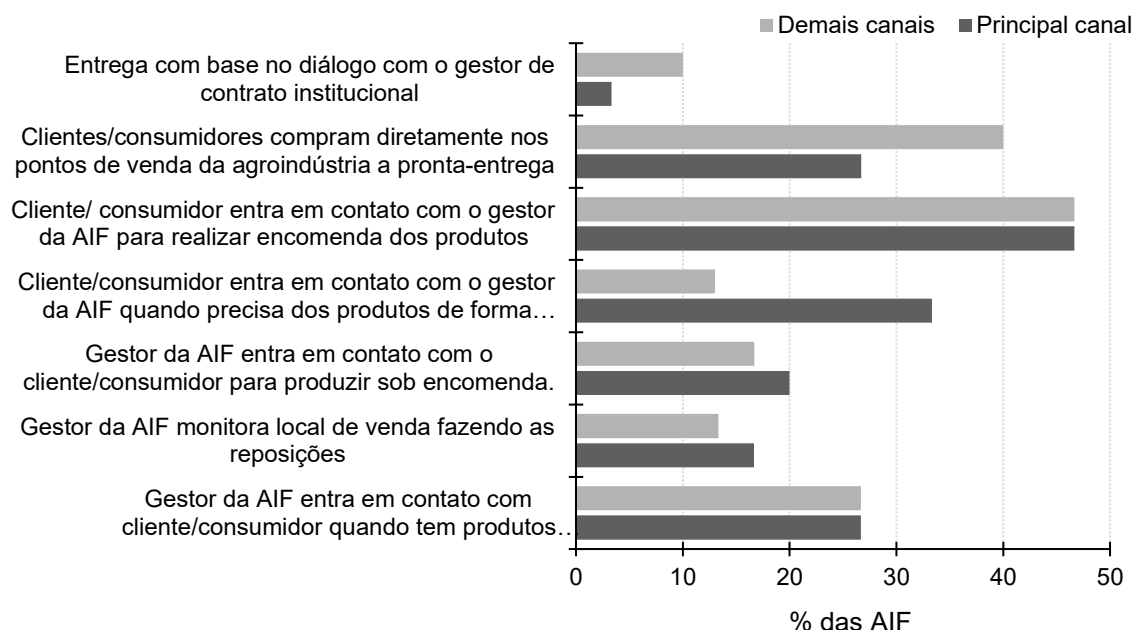
O fato das AIF da Serra Catarinense criarem uma imagem específica, a partir de produtos que carregam um gradiente de diferenciais de qualidade, aspectos culturais do território e, por vezes, um consumo situado, pode resultar em sinergias na direção de um efeito cesta. Contribui para isso a ação dos atores públicos, privados e associativos em criar signos distintivos para alguns produtos, a exemplo das marcas coletivas e indicações geográficas (queijo artesanal serrano, mel de melato, vinhos de altitude, panificados). Seguindo o referencial da CBST, esses têm potencial de construir sinergia com os serviços turísticos e agregar outros produtos de qualidade encontrados junto às AIF. Nessa direção, aponta-se o potencial da geração de uma renda de qualidade territorial no território da Serra Catarinense, em um modelo de

cesta híbrida, composta por elementos específicos e genéricos, coordenadas e operacionalizadas por diferentes grupos de atores (Hirczak *et al.*, 2008).

Na análise sobre com quem as AIF negociam seus produtos, é possível perceber flexibilidade de escolha no processo de comercialização, com transações baseadas em laços fracos e fortes, podendo ocorrer por mais de uma opção. Cerca de 93% das vendas realizadas pelos gestores ocorrem para pessoas físicas ou jurídicas de forma indiferente, tanto com aqueles que os procuram, quanto com aqueles que os próprios gestores buscam. As relações sociais estabelecidas ao longo do tempo, como histórico de negociações e os laços de parentesco e as relações de amizade também são entendidas como base das decisões realizadas por 13% dos gestores. No entanto, há também uma abertura para alcançar novos consumidores e clientes. Em outros casos, 10% informaram que comercializam por chamadas públicas e 7% dos respondentes disseram que negociam por indicação de pessoas ou órgãos que confiam. As duas cooperativas entrevistadas informaram que comercializam seus produtos a partir da definição em reuniões que são realizadas pelo grupo de cooperados. Essa dinâmica apresenta possibilidades de fortalecimento dos vínculos existentes, mas também possibilita a construção e diversificação de novos canais de comercialização.

Uma vez estabelecidos os canais de comercialização, os pedidos podem ser feitos de diversas maneiras, com predominância para a iniciativa do cliente/consumidor que realiza encomendas em 47% dos casos, tanto no principal canal quanto nos demais (Gráfico 12). A dinâmica sobre as possibilidades de pedidos varia segundo a relação com os consumidores. Para o canal principal, predomina o fato de os clientes entrarem em contato com os gestores das AIF quando precisam dos produtos de forma imediata (33%) ou compram diretamente nos pontos de venda da AIF, adquirindo produtos a pronta-entrega (27%). Já nos canais de menor expressão esse tipo de compra ocorre em 40% dos casos. Além disso, há situações em que os próprios gestores das AIF tomam a iniciativa, entrando em contato com o cliente/consumidor quando há produtos disponíveis para entrega imediata (27%). A esses se soma o contato com o cliente/consumidor(a) para produzir sob encomenda (20%) e o monitoramento do local de vendas para as reposições (17%), no principal canal.

Gráfico 12 - Como são realizados os pedidos de compra no principal e nos demais canais de comercialização



Fonte: Dados de pesquisa coletados em 2022.

Por fim, o mercado institucional é acessado por poucas AIF como canal principal (3,3%), sendo os pedidos/entregas organizados a partir de diálogo dos(as) gestores(as) com os responsáveis pelos contratos institucionais. Neste sentido, é possível observar uma frequência maior de contatos que partem dos clientes/consumidores, o que é corroborado pelo relato recorrente de que há demanda suficiente para o que se produz por parte dos gestores das AIF.

6.4.2 ESTRATÉGIAS DE RESILIÊNCIA: OS EFEITOS DA PANDEMIA DE COVID-19 NA COMERCIALIZAÇÃO DOS ALIMENTOS DAS AIF.

Tendo a pesquisa empírica ocorrido no início de 2022, com dados referentes ao último ano, as AIF estavam vivenciando os impactos da pandemia de Covid-19. Esse evento de crise sanitária é considerado um efeito das mudanças climáticas, tendo relação com o modelo de produção e distribuição de alimentos globalizado (Favareto; Piatto, 2024). Apesar das AIF inscreverem-se em um modelo alternativo, o impacto é sentido por todos os setores. Diante desse cenário, algumas questões se mostraram pertinentes, inclusive para pensar estratégias de produção, consumo e comercialização de alimentos a partir de recursos territoriais e com vendas nos mercados mais regionalizados.

A pandemia de Covid-19 trouxe importantes reflexões a partir das restrições de circulação e o fechamento temporário de feiras e estabelecimentos comerciais. Algumas AIF enfrentaram dificuldades para escoar sua produção, ao mesmo tempo em que tiveram que se adaptar rapidamente a novas formas de venda, como o comércio digital, que passou a se tornar mais frequente, assim como a entrega direta ao consumidor. Essas mudanças evidenciaram tanto fragilidades quanto oportunidades, impulsionando inovações na comercialização e fortalecendo a importância das cadeias curtas de abastecimento para garantir acesso a alimentos de qualidade em tempos de crise.

Para as AIF pesquisadas, os principais impactos da pandemia foram observados no faturamento, indicando que a inclusão econômica e social no mercado digital não foi uniforme. A redução foi observada em 40% dos casos. Segundo os gestores, essa diminuição pode ser atribuída à queda na renda dos consumidores, que afetou diretamente as vendas. A mudança também ocorreu na forma de relacionamento. Houve um aumento nas vendas por canais digitais em 47% das AIF, impulsionada por dois fatores apontados pelos entrevistados: o maior consumo de alimentos em casa e a preocupação com a saúde. A busca por uma alimentação mais saudável, aliada à necessidade de evitar deslocamentos, levou os consumidores a optarem por produtos das AIF adquiridos por meio de ferramentas digitais.

É possível inferir que, para a maioria das AIF (60%), a pandemia não alterou significativamente a diversidade de canais de comercialização utilizados. No entanto, uma parcela considerável (23%) enfrentou a redução desses canais, possivelmente devido à queda na demanda, dificuldades logísticas ou fechamento de pontos de venda. Já 17% das AIF conseguiram expandir suas opções de comercialização, podendo indicar uma adaptação bem-sucedida ao novo cenário, como a ampliação das vendas digitais ou o estabelecimento de novas parcerias comerciais, evidenciando desigualdades estruturais, seja financeira ou no acesso a recursos tecnológicos, muitas outras enfrentaram barreiras. Dessa forma, a experiência da pandemia revela que a digitalização pode ser tanto um mecanismo de ampliação de oportunidades quanto um fator de exclusão, reforçando a necessidade de políticas públicas e estratégias territoriais que considerem desigualdades de acesso e capacidades diferenciadas dos atores locais.

Após a pandemia, a comercialização pelos canais digitais aumentou para 60% das AIF. Dentre essas, 55% registraram um aumento significativo nas vendas, com

um crescimento superior a 50% em comparação ao período anterior. Esse crescimento está relacionado às mudanças no comportamento dos consumidores, que passaram a buscar alternativas mais seguras e convenientes para adquirir alimentos. Isso evidencia a importância da digitalização como estratégia para fortalecer a comercialização, o que durante o esse período foi importante para garantir maior estabilidade financeira para esses empreendimentos.

6.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS DO CAPÍTULO 6

As análises mostram que a qualidade construída pelas agroindústrias familiares da Serra Catarinense ultrapassa critérios sanitários. À luz da CBST, atributos como identidade, reputação, conhecimento tradicional e confiança revelam que a diferenciação dos produtos resulta da combinação entre elementos materiais e imateriais, compondo uma “qualidade ampla” construída nas interações entre produtores, consumidores e instituições. Nesse processo, a informalidade opera como etapa de aprendizagem enraizada na proximidade, enquanto a formalização amplia mercados, ainda que imponha tensões ao saber-fazer artesanal e à pequena escala produtiva.

Embora a contribuição das AIF ao PIB regional seja modesta, seu papel estratégico se expressa na vitalidade dos sistemas alimentares territoriais. A produção diversificada, ainda que variada entre categorias, evidencia limites estruturais, como sazonalidade e escala reduzidas, mas também capacidades adaptativas diante das demandas dos mercados e das condições de produção. Mais do que representar grandes volumes econômicos, as AIF fortalecem circuitos curtos, valorizam recursos específicos do território e geram uma renda de qualidade, incorporando cultura, segurança alimentar e sustentabilidade. Assim, reforçam a centralidade da identidade territorial na dinamização produtiva e nas estratégias de desenvolvimento do território.

A análise da comercialização mostra que as AIF constroem seus mercados por meio de arranjos que articulam características dos produtos, preferências dos consumidores, limitações logísticas e disponibilidade de trabalho. A proximidade física e relacional estrutura sobretudo os panificados e produtos sensíveis ao frescor, enquanto categorias vegetais, beneficiados e processados, exibem maior diversificação, com canais que variam entre supermercados, mercearias, mercados institucionais e lojas de produtos naturais, explorando nichos e ampliando o alcance

dos alimentos. Bebidas e produtos diversificados ampliam ainda mais essa articulação, conectando produção artesanal, gastronomia e experiências territoriais. Esses padrões evidenciam que os canais de comercialização são construções sociais de mercado, condicionadas pela disponibilidade de recursos, mão-de-obra e relações no território. A classificação dos canais segundo Schneider (2016) confirma a predominância de mercados de proximidade e territoriais, que juntos estruturam mais de 90% das vendas e ancoram a reputação dos produtos em laços de confiança, reconhecimento mútuo e compartilhamento de referências culturais. Mesmo os supermercados, embora formalmente semelhantes a mercados convencionais, operam sob lógicas territoriais, combinando lógicas mercantis com valorização do produto local; já os mercados institucionais, ainda que menos expressivos, cumprem função estratégica e formativa.

Do ponto de vista do acesso de determinados consumidores, a proximidade - física, social e simbólica - funciona como vetor estruturante, mas também como limite. Nesse sentido, a reputação territorial beneficia principalmente consumidores que compartilham códigos culturais e possuem capacidade de acesso a esses mercados, enquanto grupos populares ou distantes dos centros urbanos podem permanecer excluídos. Neste sentido, há um paradoxo dos mercados de qualidade, que ampliam o valor simbólico e a renda de qualidade territorial, mas nem sempre democratizam o acesso. Esse paradoxo evidencia que a construção social dos mercados territoriais, embora estratégica para o desenvolvimento territorial sustentável, não garante, por si só, inclusão social ou equidade no acesso aos alimentos, exigindo mediações institucionais e políticas públicas para que a valorização da qualidade não reforce novas formas de exclusão.

De modo geral, os resultados evidenciam que a construção dos canais de comercialização das AIF é profundamente marcada pela ação direta dos gestores, que assumem papel central na prospecção de mercados, na negociação de preços e na manutenção das relações com consumidores e compradores. “Saber vender” torna-se tão decisivo quanto “saber produzir”, sobretudo em contextos com baixa organização coletiva. As múltiplas estratégias mobilizadas para viabilizar a comercialização (vendedores comissionados, uso de plataformas digitais, parcerias entre produtores e vendas na propriedade), revelam a adaptabilidade das AIF diante de restrições de mão de obra, logística e tempo. A digitalização, em especial, emerge como um vetor de inovação, ampliando visibilidade dos produtos e criando mercados

alimentares digitais articulados a circuitos curtos. A formação de preços, ancorada nos custos, mas ajustada por canal e público, evidencia uma combinação orientada à fidelização e à valorização dos atributos de qualidade. A coexistência de laços fortes e fracos, articulada à capacidade de mobilizar canais presenciais, territoriais e digitais, demonstra que as AIF constroem uma CBST híbrida e dinâmica, articulando identidade, renda territorial e inovação.

Por fim, os efeitos da pandemia de Covid-19 sobre as AIF da Serra Catarinense evidenciam como eventos de crise, associados às vulnerabilidades do sistema alimentar global, impactam de forma desigual mercados territoriais. Se por um lado algumas AIF mantiveram ou ampliaram canais, especialmente por meio das vendas online, outras enfrentaram queda no faturamento e dificuldades logísticas, revelando assimetrias de capacidades tecnológicas e de acesso a recursos. A adoção de vendas digitais após a pandemia, reforçou a importância das cadeias curtas em contextos de crise, ao mesmo tempo em que revelou riscos de exclusão. Assim, os impactos da pandemia demonstram a necessidade de políticas e estratégias territoriais que fortaleçam a diversificação de mercados, ampliem o acesso a tecnologias e fortaleçam as condições para que as AIF possam responder de maneira mais equitativa a situações semelhantes.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta tese, resgatamos estudos sobre os sistemas alimentares e analisamos os processos de ativação de recursos territoriais e a construção de mercados pelas AIF da Serra Catarinense, com base no referencial teórico-metodológico da CBST. A própria noção de AIF foi revisitada e ampliada ao longo da pesquisa, em diálogo com o referencial do desenvolvimento territorial sustentável. Em vez de compreender as AIF apenas como unidades de processamento vinculadas estritamente à agricultura familiar e situadas no espaço rural, adotou-se uma perspectiva ancorada na abordagem territorial e nos preceitos do desenvolvimento territorial sustentável. Sob essa ótica, as AIF são concebidas como empreendimentos de base familiar, com enraizamento territorial, que ativam recursos territoriais (materiais, culturais e simbólicos), na produção de alimentos dotados de identidade e qualidade socialmente construída. Essa ampliação permite incluir experiências localizadas tanto em contextos rurais quanto urbanos que, embora distintas em sua estrutura produtiva, compartilham o propósito de fortalecer relações de proximidade em mercados territoriais orientados pela valorização dos saberes locais. Ao reconhecer essa diversidade, a tese contribui para deslocar o debate sobre as AIF de uma visão setorial para uma perspectiva territorial, em que a produção e o consumo de alimentos se articulam a processos mais amplos de organização social e de desenvolvimento.

A análise dos dados revela que essa concepção de AIF expressa autonomia produtiva, nas relações econômicas no território e nas formas de diferenciação e ativação dos recursos territoriais. A maior parte dos entrevistados produz integralmente a matéria-prima principal utilizada no processamento e, nos casos em que há necessidade de compra, predominam fornecedores locais ou do próprio território, o que reforça os vínculos territoriais. Tanto na compra quanto na venda, as AIF contribuem para dinamizar a economia no território e fortalecer práticas de reciprocidade, elementos essenciais para a construção de sistemas alimentares territorializados e sustentáveis.

O estudo se orientou pelas seguintes questões: Como os atores vinculados às agroindústrias familiares valorizam os recursos territoriais em suas dinâmicas de atuação? De que forma esses atores constroem mercados e sinergias no âmbito de sistemas agroalimentares alternativos? Quais arranjos organizativos adotados por esses atores se configuram em novas oportunidades e fortalecimento territorial? A

resposta a essas questões resultaram na formulação de três objetivos específicos: 1) demonstrar como a abordagem dos sistemas agroalimentares e dos mercados territoriais pode ser articulada ao referencial da CBST; 2) descrever o contexto socioeconômico e ambiental do território estudado, caracterizando os principais mecanismos de mobilização de recursos territoriais pelas AIF na Serra Catarinense; 3) analisar os canais de comercialização utilizados, com o foco na compreensão dos processos de construção social de mercados pelas AIF.

O primeiro objetivo específico parte de uma lacuna na literatura referente à adaptação da abordagem da CBST à realidade brasileira. Partindo dos conceitos de sistemas alimentares que caracterizam a diversidade e os problemas sociais no país, o propósito foi demonstrar as possibilidades de utilizar o referencial da CBST para avaliar ações voltadas ao desenvolvimento territorial sustentável e socialmente mais inclusivo. Essas ações foram articuladas a uma segunda lacuna, relacionada à necessidade de melhor compreender como tais empreendimentos se vinculam às dinâmicas e constroem mercados, especialmente, no que diz respeito às possibilidades de contribuir com a ampliação do acesso a alimentos de qualidade pela população do território.

A teoria dos sistemas alimentares aponta que a desconexão entre os locais de produção e consumo de alimentos são um dos elementos do modelo globalizado, que contribui para a fragilização das economias territoriais. A mobilização dos atores sociais em busca de alternativas de desenvolvimento a partir da ativação de seus recursos representa uma estratégia fundamental para fortalecer a autonomia territorial, promover a valorização de especificidades locais e construir caminhos sustentáveis de geração de renda, inclusão social e preservação ambiental, especialmente, em contextos marcados por desigualdades.

Dessa maneira, a articulação entre os sistemas agroalimentares, os mercados territoriais e a abordagem da CBST permitem uma compreensão mais integrada das estratégias de valorização territorial empreendidas pelas AIF. Essa integração evidencia que o desenvolvimento territorial sustentável não se baseia apenas em ganhos econômicos, mas também na valorização de recursos simbólicos, sociais e culturais do território.

A CBST, ao propor a mobilização de bens e serviços materiais e imateriais específicos de um território, favorece a revalorização da produção local e a construção de mercados baseados na confiança, na proximidade e na cooperação entre os atores

locais. Quando articulada aos sistemas agroalimentares alternativos, essa abordagem pode promover circuitos curtos de comercialização que aproximam produtores e consumidores, fortalecendo os vínculos sociais e gerando efeitos positivos para a economia local. Com relações diretas, há possibilidade de preços menores aos consumidores, sem comprometer a viabilidade dos produtores.

O segundo objetivo específico buscou caracterizar o território da Serra Catarinense e situar as AIF enquanto iniciativas inseridas em territórios rurais que, em geral, promovem a produção de alimentos de qualidade ao integrar saberes tradicionais com práticas inovadoras e a produção artesanal. Como observado na literatura e confirmado pelo estudo desta tese, essas ações contribuem para diferenciar seus produtos e fortalecer vínculos com os consumidores, tanto na transformação dos produtos quanto na construção de mercados territoriais. Tais iniciativas também podem ser articuladas a distintas formas de serviços, ampliando e potencializando a dinamização das economias locais e a valorização dos recursos do território.

Ao longo dos anos, o IDH de Santa Catarina tem se mostrado consistentemente superior ao IDH médio do Brasil, mas essa média oculta variações significativas. A história regional de ocupação e distribuição desigual de recursos na Serra Catarinense, associadas às contradições da modernização da agricultura, faz com que essa tenha os menores IDH do estado. Essa disparidade reflete desigualdades históricas no acesso a oportunidades, infraestrutura, serviços públicos e desenvolvimento social, impondo desafios econômicos e a busca por alternativas. No meio rural, essa condição exigiu que parte da agricultura familiar buscasse alternativas produtivas e de interação com o mercado. Contudo, mais do que resultado de uma iniciativa individual, sua existência recebe contribuição de diversas organizações locais, a exemplo da Epagri, Amures, Cisama, Centro Vianeí, bem como instituições federais de ensino (UFSC, UDESC), entre outras.

As AIF da Serra Catarinense ilustram concretamente um desses processos de construção de alternativas. Algumas agroindústrias, por exemplo, comercializam seus produtos em feiras locais e diretamente ao consumidor, criando relações de confiança e fidelização que são típicas dos mercados de proximidade e territoriais. Observam-se AIF que investem na articulação com serviços de turismo rural e na certificação com a MCSS e o Selo Arte, como estratégia para valorizar o saber-fazer tradicional e acessar novos mercados, articulando o patrimônio cultural à diferenciação do produto.

Outras AIF investem em produtos como queijos artesanais, mel, embutidos e panificados artesanais, articulando sua produção a práticas culturais locais e ao uso de ingredientes da biodiversidade regional.

Outro destaque a partir das experiências analisadas é a necessidade de construir novas convenções de qualidade que reconheçam os valores culturais, ambientais e sociais incorporados aos alimentos produzidos no território. Essas novas formas devem ir além da padronização técnico-sanitária, valorizando os saberes locais, o modo de fazer artesanal e os vínculos estabelecidos entre produtores e consumidores. Nesse processo, a governança territorial tem papel estratégico, pois constitui o espaço onde diferentes atores negociam sentidos, normas e práticas que definem o que é considerado “qualidade” no contexto do território. O fortalecimento da Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) como política pública é essencial para sustentar essa mudança, uma vez que ela pode mediar o diálogo entre os critérios legais e as práticas sociais, apoiando a qualificação técnica sem desconsiderar os saberes tradicionais. Assim, uma governança que articule políticas públicas pode contribuir para a consolidação de sistemas alimentares mais justos, inclusivos e enraizados no território. Essas estratégias podem ter relação com a formação técnica que integre saberes tradicionais, incentivos econômicos que valorizam o protagonismo da juventude, fortalecimento de vínculos de governança, projetos culturais que reforcem o sentido de pertencimento, enfim, ações que despertem o envolvimento do jovem.

Do ponto de vista da sustentabilidade e renovação dos sistemas agroalimentares territoriais, é também necessário promover o engajamento da juventude. A preocupação não reside apenas na sucessão rural tradicional. Considerando que apenas 10% dos filhos dos gestores demonstram interesse em continuar o negócio, existe o risco de que modelos alternativos de produção e consumo reduzam ainda mais, reproduzindo desigualdades e dependência de cadeias externas. Portanto, é preciso criar condições materiais, institucionais e simbólicas para que a juventude perceba valor e oportunidade em participar ativamente dos sistemas agroalimentares territoriais como agentes de inovação, governança e transformação social.

O terceiro objetivo específico analisou os canais de comercialização utilizados pelas AIF da Serra Catarinense revelando que os processos de construção social dos mercados são marcados por múltiplas estratégias, que vão além da simples inserção

em circuitos convencionais de venda. Observou-se que as AIF constroem seus mercados a partir do território, mobilizando a cultura e tradição histórica de consumo dos alimentos compartilhados com as populações rurais e urbanas. Os canais de proximidade e territoriais, como a venda direta na propriedade, em feiras, e para pequenos comércios locais, demonstram a importância das relações de confiança e proximidade entre produtores e consumidores. Outros mercados territoriais, dos quais há a participação de intermediários, são igualmente importantes na medida em que permitem ampliar o alcance dos produtos das agroindústrias familiares. Esses canais intermediados contribuem para consolidar a construção social de mercados ancorados no reconhecimento dos recursos locais, mesmo quando não há contato direto entre quem produz e quem consome, reforçando a legitimidade territorial por meio de certificações, narrativas e práticas que expressam a especificidade do lugar.

A presença da combinação de vendas diretas e indiretas (com participação de intermediários) indica um esforço contínuo dos gestores em diversificar os meios de escoamento da produção e mitigar riscos de mercado. Além disso, a construção social dos mercados, em alguns casos, se apoia na interação com instituições locais, como associações, cooperativas e consórcio intermunicipal, que funcionam como mediadoras da inserção das AIF nos mercados territoriais. Os resultados apontam que a construção desses mercados envolve aspectos econômicos, mas também simbólicos e relacionais, configurando um processo coletivo de valorização dos produtos e dos territórios. No entanto, a fragilidade de uma governança territorial, dificulta que se amplie o número de AIF que possam ofertar produtos de qualidade no mercado territorial.

Por fim, nota-se que os canais de comercialização mais enraizados no território cumprem um papel estratégico na ampliação do acesso a alimentos de qualidade e na aproximação entre produtores e consumidores. Esses vínculos de proximidade favorecem relações baseadas na confiança, na valorização da origem e na circulação de renda, contribuindo para sistemas alimentares mais justos. Quando articulados a políticas públicas de segurança alimentar e nutricional, como os mercados institucionais, as AIF ampliam seu alcance social, incluindo seus produtos em circuitos de consumo que atendem populações historicamente vulnerabilizadas, como estudantes da rede pública. Desse modo, a integração entre produção e consumo territorializados fortalece não apenas a sustentabilidade econômica das AIF, mas também reforçam práticas alimentares mais saudáveis e

a função social do alimento como direito. Portanto, o enfoque teórico metodológico da CBST pode ser enriquecido com uma análise mais detalhada dos mercados, evidenciando como os recursos territoriais processados constroem diferentes canais de comercialização, permitindo acesso a diferentes públicos. Isso demonstra o potencial da CBST em contribuir para uma forma mais inclusiva de consumo, ao integrar políticas públicas e estratégias territoriais de comercialização.

Dessa forma, a CBST se mostra uma ferramenta de análise importante para observar ações de valorização de recursos territoriais, revelar potenciais de construção de sinergia entre bens e serviços e de articulação entre produção e consumo. No entanto, sua efetividade em enfrentar as desigualdades e assimetrias territoriais depende da existência de condições político-institucionais e socioculturais favoráveis, como a atuação de políticas públicas consistentes, o fortalecimento da ATER pública e a presença de espaços participativos de governança. Em contextos marcados por desigualdade, a ativação dos recursos territoriais tende a beneficiar os atores mais estruturados e com maior capacidade de ação coletiva. Assim, a abordagem da CBST não tem um papel transformador, mas deve revelar as limitações, potencialidades e disputas em torno de ações em curso nos territórios. Essa perspectiva amplia a potência analítica da abordagem, ao não apenas mapear recursos e práticas, mas também revelar quem se beneficia ou é marginalizado nos processos de valorização territorial.

Em contextos de desigualdade, a CBST evidencia que o potencial transformador de iniciativas como as agroindústrias familiares depende de condições político-institucionais e socioculturais, bem como de políticas públicas que promovam inclusão efetiva e participação ampla. Em complemento, no que diz respeito à ampliação do acesso a alimentos de qualidade no mercado territorial, os resultados da pesquisa evidenciam o potencial das estratégias de construção social de mercados em demonstrar que as relações diretas criadas nos mercados territoriais têm maior capacidade de promover esse acesso de forma mais ampla e diversificada. Ao operarem por meio de diferentes canais de comercialização, esses mercados rompem com a lógica concentradora e excludente dos mercados hegemônicos, possibilitando uma distribuição mais equitativa de alimentos de qualidade e valorizando a produção local.

Em síntese, os resultados da pesquisa revelam que a construção de mercados ancorados territorialmente depende não apenas de recursos materiais e institucionais,

mas também de dinâmicas sociopolíticas que articulam cooperação, conflito e aprendizado coletivo. As AIF demonstram capacidade de inovação social e econômica ao transformarem saberes locais em estratégias de valorização territorial, ainda que enfrentem obstáculos estruturais relacionados à regulação, à inclusão digital e à sucessão geracional. Nesse contexto, a análise permite identificar caminhos de ação que reforçam o papel da governança territorial como mediação entre diferentes lógicas e interesses, fortalecendo o desenvolvimento territorial sustentável. Destaca-se também a necessidade de políticas públicas integradas e territorializadas, que reconheçam a pluralidade das formas de produzir, regular e comercializar alimentos. Nesse processo, é fundamental fortalecer a ATER pública e seu financiamento, segurando sua capacidade de apoiar a construção coletiva de estratégias e inovações. Equipes interdisciplinares também são essenciais nesse processo, com objetivo de mediar e promover a diversificação de produtos e serviços que compõem a CBST. A governança territorial emerge, portanto, como categoria central não apenas de análise, mas enquanto um processo dinâmico em que conflito e cooperação coexistem e se transformam mutuamente, impulsionando a inovação social e a valorização dos territórios rurais.

Com base no referencial da CBST, é fundamental que novos estudos se aprofundem na compreensão das relações entre agentes privados, suas respectivas organizações e os agentes públicos, com o objetivo de avançar na construção de uma governança territorial mais integrada e eficaz. Observa-se, atualmente, uma tendência à atuação isolada das AIF, marcada por baixa articulação entre os atores e limitada inclusão social nos processos produtivos e decisórios. Essa fragilidade compromete a formação de sistemas de governança territorial participativos e inclusivos. Compreender as possibilidades de construção de sinergias entre bens, serviços, paisagens e elementos imateriais que compõem uma CBST pode ser estratégico para promover a inserção de grupos historicamente marginalizados nos processos de desenvolvimento. No entanto, essa tarefa é complexa, pois envolve enfrentar desigualdades estruturais, históricas e políticas, muitas vezes, reforçadas por decisões excludentes, o que exige atenção e esforço para identificar alternativas viáveis e sustentáveis.

Entre as janelas de oportunidades desta pesquisa que se abrem para novas investigações, destaca-se a ausência de estudos envolvendo as organizações públicas atuantes no território, assim como a escassez de investigação direta com os

consumidores locais. Essa lacuna limita a compreensão de algumas dinâmicas de governança e das percepções sobre a qualidade e o valor dos produtos oferecidos pelas agroindústrias familiares nos diferentes canais. O envolvimento desses atores seria fundamental para identificar oportunidades e barreiras na construção de mercados territoriais mais inclusivos, bem como para avaliar o grau de reconhecimento, valorização dos atributos territoriais por parte dos consumidores e o alcance da democracia alimentar. A inclusão dessas perspectivas em futuras pesquisas pode enriquecer o entendimento sobre os mecanismos de articulação entre produção, políticas públicas e consumo, fundamentais para o fortalecimento do desenvolvimento territorial sustentável, assim como avaliar o alcance da democracia alimentar.

De forma complementar, emerge como eixo analítico específico a questão da juventude rural e da sucessão geracional nas agroindústrias familiares. A continuidade desses empreendimentos não depende apenas de sua viabilidade econômica ou de sua inserção em mercados diferenciados, mas também da capacidade de criar condições sociais, simbólicas e institucionais que tornem a permanência dos jovens no território e na condução dos empreendimentos uma opção viável e desejável. Investigações que incorporem o olhar da juventude podem contribuir para compreender como os processos de construção social de mercados, a valorização dos recursos territoriais e as políticas públicas influenciam — positiva ou negativamente — as decisões de permanecer, retornar ou se afastar dessas atividades, sendo, portanto, centrais para o fortalecimento de trajetórias de desenvolvimento territorial sustentável.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, R. Entre Deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. **Tempo Social**, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 35-64, 2004.
- AGNE, C. L.; WAQUIL, P. D. Redes de proximidade: agricultores, instituições e consumidores na construção social de mercados para os produtos das agroindústrias rurais familiares na região central do RS. **Redes** (Santa Cruz do Sul. Online), v. 16, p. 164-186, 2011.
- AMURES – ASSOCIAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DA REGIÃO SERRANA. **Plano Regional e Municipal de Turismo**. Lages: AMURES, 2021. Disponível em: <https://amures.org.br/material-turismo/>. Acesso em: 18 fev. 2025.
- AURAS, M. **Guerra do Contestado**: a organização da irmandade cabocla. Florianópolis, Ed,UFSC, Assembléia Legislativa,1984.204p.
- BENKO, G.; PECQUEUR, B. Os recursos de territórios e os territórios de recursos. **Geosul**, Florianópolis, v. 16, n. 32, p. 32-50, 2001.
- BLAY-PALMER, A.; CONARÉ, D.; METER, K.; DI BATTISTA, A.; JOHNSTON, C. **Sustainable food system assessment**: Lessons from global practice. New York: Routledge, 2020.
- BLOEMER, N. M. S. "Colonos italianos" e "caboclos" no planalto catarinense. In: GODOI, E. P. de; MENEZES, M. A. de; MARIN, R. A.(orgs.). **Diversidade no campesinato: expressões e categorias**. São Paulo: UNESP, 2009. v. 1, p. 311-336.
- BLOEMER, N. M. S. **Brava Gente Brasileira**: Migrantes italianos e caboclos nos Campos de Lages. 1. ed. Florianópolis: Cidade Futura, 2000. 301 p.
- BOUCHER, F.; REQUIER-DESJARDINS, D.; BRUN, V. SYAL: un nouvel outil pour le développement des territoires marginaux. Les leçons de l'alliance des agro-industries rurales de la Selva Lacandona, Chiapas. In: **ISDA 2010 Innovation and Sustainable Development in Agriculture and Food**, Montpellier, France, jun. 2010. 12 p. Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00521013>. Acesso em: 27 mai.2024.
- BRASIL. Lei nº 15.226, de 30 de setembro de 2025. Ementa da lei. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 01 de outubro de 2025. Disponível em: < <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2025/lei-15226-30-setembro-2025-798050-publicacaooriginal-176573-pl.html>>. Acesso em: 24 out. 2025.
- BRASIL. Decreto nº 11.099, de 21 de junho de 2022. Regulamenta a Lei nº 13.680, de 14 de junho de 2018, para dispor sobre os requisitos para a concessão do selo Arte. **Diário Oficial da União: seção 1**, Brasília, DF, 22 jun. 2022. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2022/decreto/d11099.htm. Acesso em: 25 fev. 2025.

BRASIL. Lei nº 13.680, de 14 de junho de 2018. Altera a Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950, para dispor sobre a fiscalização de produtos alimentícios de origem animal produzidos de forma artesanal. **Diário Oficial da União**, Brasília, 15 jun. 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13680.htm. Acesso em: 25 fev. 2025.

BRASIL. **Referências para uma Estratégia de Desenvolvimento Rural Sustentável no Brasil**. Brasília, MDA/SDT. 2005

BRUNO, R. Com a boca torta pelo uso do cachimbo. Estado e empresários agroindustriais no Brasil. In: COSTA, L.F.C; FLEXOR, G; SANTOS, R. (orgs.) **Mundo Rural Brasileiro**. Ensaios interdisciplinares. Mauad X/EDUR, Rio de Janeiro - Seropédica, 2008. p. 271-282.

Cañada, J. S.; MUCHNIK, J. Introduction: Ancre et identité territoriale des systèmes agroalimentaires localisés. **Économie rurale** [online], n. 322, mar.-abr. 2013. Disponível em: <http://economierurale.revues.org/index2962.html>. Acesso em: 14 jun.2024.

CAPELLESSO, A. J.; CAZELLA, A. A.; ROVER, O. J. Ambiguidade de referenciais tecnológicos da ação pública no meio rural: agricultura familiar e limites à sustentabilidade. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, v. 36, p. 167-187, 2016.

CAPELLESSO, A. J.; CAZELLA, A. A.; BÚRIGO, F. L. Evolução do Pronaf Crédito no Período 1996-2013: redimensionando o acesso pelos cadastros de pessoa física. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, Piracicaba-SP, V. 56, Nº 03, p. 437-450, Jul./Set. 2018 .

CAPELLESSO, A. J. *et al.* Avanços e desafios nas compras da agricultura familiar pelo Programa Nacional de Alimentação Escolar: estudo de caso em São Miguel do Oeste – SC. **Revista de Estudos Sociais**, v. 23, n. 47, pp. 5-29, Cuiabá, 2021. Doi: <https://doi.org/10.19093/res11390>

CAPELLESSO, Adinor José; *et al.* Origens e caracterização das agroindústrias familiares no Extremo Oeste Catarinense. *Interações*, v. 26, e26224535, 2025. DOI: <http://dx.doi.org/10.20435/inter.v26i1.4535>.

CARON, P. *et al.* Sistemas Alimentares para o desenvolvimento sustentável: propostas para uma profunda transformação em quatro partes. In.: PREISS, Potira V.; SCHNEIDER, Sergio. **Sistemas Alimentares no século XXI**: Debates Contemporâneos. Editora UFRGS, 2020. p.25- 50. Disponível em:<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/211399/001115756.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 20 mai. 2024.

CARON, P.; DAGUET, E.; DURY, S. The global food system is not broken but its resilience is threatened. In: BÉNÉ, C.; DEVEREUX, S. (ed.). **Resilience and food security in a food systems context**. Cham: Palgrave Macmillan, 2023. p. 53-79. (Palgrave Studies in Agricultural Economics and Food Policy). Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-3-031-23535-1_3. Acesso em: 12 set. 2024.

CARRIERE, J.-P.; CAZELLA, A. A. Abordagem introdutória ao conceito de desenvolvimento territorial. **Eisforia**, v. 4, n. especial, p. 23-47, 2006.

CASSOL, A.; SALVATE, N.; SCHNEIDER, S. Mercados imersos: uma perspectiva de análise institucional e relacional das trocas econômicas e do intercâmbio mercantil. **Política & Sociedade**, Florianópolis, v. 15, n. 33, p. 314-346, 2016.

CAZELLA, A. A. Contribuições metodológicas da sócio-anthropologia ao desenvolvimento territorial sustentável. **Eisforia**, v. 4, n. especial, p. 225-247, 2006.

CAZELLA, A. A. *et al.* Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil: o dilema entre inclusão produtiva e assistência social. **Revista Política e Sociedade**, v. 15, p. 49-79, 2016.

CAZELLA, A. A. *et al.* A construção de um território de desenvolvimento rural: recursos e ativos territoriais específicos. **Redes**, v. 24, n. 3, p. 49-74, 2019. DOI: 10.17058/redes.v24i3.14118.

CAZELLA, A. A. *et al.* O enfoque da cesta de bens e serviços territoriais: seus fundamentos teóricos e aplicação no Brasil. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 16, n. 3, p. 179-192, 2020.

CAZELLA, A. A.; DORIGON, C.; NESI, C. N.; ELOY, L. Sistemas agrícolas e alimentares de famílias rurais: análise da multilocalização familiar na região Oeste de Santa Catarina. **Estudos Sociedade e Agricultura**, 28 (1), p. 21-47, 2020

CAZELLA, A. A.; TECCHIO, A.; SCHNEIDER, S.; BONI, V. The territorial basket of goods and services and the social construction of markets: contributions from cooperatives and family-farmers' agri-food processing enterprises in Santa Catarina (Brazil). *Italian Review of Agricultural Economics*, v. 79, n. 1, p. 85-96, 2024. DOI: 10.36253/rea-14827.

CENCI, A. **Estratégias de comercialização e mercados de agroindústrias familiares da Serra Gaúcha**. 2022. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

CENCI, A.; SCHNEIDER, S. Impacto da covid-19 nos canais de comercialização e mercados das agroindústrias familiares da Serra Gaúcha. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 25, p. 1-15, 2023.

CENTRO VIANEI DE EDUCAÇÃO POPULAR. **Projetos**. 2025. Disponível em : <https://vianei.org.br/projetos/>. Acesso em : 14 out. 2025.

CHIFFOLEAU, Y. Les circuits courts de commercialisation en agriculture: diversité et enjeux pour le développement durable. In: MARÉCHAL, G. **Les circuits courts alimentaires**: bien manger dans les territoires. Dijon: Educagri, 2008. p. 161-174.

CISAMA - CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL SERRA CATARINENSE. **Valorização da sociobiodiversidade é o objetivo de projeto financiado pelo MDA**. 2025.

Disponível em: <https://cisama.sc.gov.br/2025/05/20/valorizacao-da-sociobiodiversidade-e-o-objetivo-de-projeto-financiado-pelo-mds/>. Acesso em: 14 out. 2025.

COLLETIS, G.; PECQUEUR, B. Révélation des ressources spécifiques territoriales et inégalités de développement. **Revue d'économie régionale et urbaine**, p. 993-1011, 2018.

COURLET, C. Les systèmes productifs localisés: un bilan de la littérature. **Études et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement**, 2002, p. 27-40.

COURLET, C. Os sistemas produtivos localizados: da definição ao modelo. **Revista Internacional INTERthesis**, v. 10, n. 2, 2013. Dossiê: Desenvolvimento territorial, sistemas agroalimentares localizados e ecologia. DOI: <https://doi.org/10.5007/1807-1384.2013v10n2p33>.

COURLET, C.; PECQUEUR, B.; SOULAGE, B. Industrie et dynamiques de territoires. *Revue d'Économie Industrielle*, Programme National Persée, v. 64, n. 1, p. 7-21, 1993.

CRUZ, F. T. **Produtores, consumidores e valorização de produtos tradicionais: um estudo sobre qualidade de alimentos a partir do caso do queijo serrano dos Campos de Cima da Serra/RS**. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural). Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

CRUZ, F. T. da. Agricultura familiar, processamento de alimentos e avanços e retrocessos na regulamentação de alimentos tradicionais e artesanais. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 58, n. 2, p. 21, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2020.190965>.

DALLABRIDA, V. R. *et al.* Governança nos territórios ou governança territorial: distância entre concepções teóricas e a prática. **Revista Grifos**, Chapecó, v. 25, n. 40, p. 43-66, 2016.

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

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

DE OLIVEIRA, T. J. A.; RODRIGUES, W. Vulnerabilidade e o desenvolvimento das regiões do agronegócio no Brasil (2007/2017) / Brazilian agribusiness regions: vulnerability and development (2007/2017). **Informe GEPEC**, [S.l.], v. 24, n. 2, p. 232-248, 2020. Disponível em: <https://saber.unioeste.br/index.php/gepec/article/view/25044>. Acesso em: 11 jul. 2024.

DELGADO, G. C. **Capital financeiro e agricultura no Brasil: 1965-1985**. São Paulo: Unicamp, 1985.

DELGADO, N. G.; LEITE, S. P. Políticas de desenvolvimento territorial no meio rural brasileiro: novas institucionalidades e protagonismo dos atores. **Dados – Revista de Ciências Sociais**, 54(1), 431–473, 2011

DORIGON, C. **Mercados de produtos coloniais da região Oeste de Santa Catarina**: em construção. 2008. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Engenharia de Produção, Coordenação dos Programas de Pós-Graduação de Engenharia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

DORIGON, C.; RENK, A. Técnicas e métodos tradicionais de processamento de produtos coloniais: de “miudezas de colonos pobres” aos mercados de qualidade diferenciada. **Revista de Economia Agrícola**, São Paulo, v. 58, n. 1, p. 101-113, jan./jun. 2011.

DORIGON, C.; RENK, A. Os sítios simbólicos de pertencimento dos colonos e dos caboclos do oeste de Santa Catarina. **Revista Grifos**, v. 27, n. 45, 2018. Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Brasil. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=572960989007>. Acesso em: 14 nov. 2024.

DUFOUR, A.; LANCIANO, É. Les circuits courts de commercialisation: un retour de l'acteur paysan? **Revue Française de Socio-Economie**, v. 9, n. 1, p. 153-169, 2012.

ELOY, L.; WESZ, V. J.; BÜHLER, E. A. A expansão da soja na América do Sul: uma proposta metodológica baseada na abordagem territorial. In: GRISA, C.; SABOURIN, E.; ELOY, L.; MALUF, R. S. (orgs.). **Sistemas alimentares e territórios no Brasil** [recurso eletrônico]. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2022, p. 37-64.

EPAGRI/CEPA. **Síntese anual da agricultura de Santa Catarina, 2020/2021**. Florianópolis: EPAGRI-CEPA, Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina, 2022. 195 p.

ESCHER, F. **Os assaltos do moinho satânico nos campos e os contramovimentos da agricultura familiar**: atores sociais, instituições e desenvolvimento rural no sudoeste do Paraná. 2011. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

FAO. **Sécurité alimentaire**. Notes d'orientation, juin 2006, n° 2, 2006.

FAO; IFAD. **United Nations Decade of Family Farming 2019-2028: Global Action Plan**. Rome: FAO, 2019.

FAO. **La Situation mondiale de l'alimentation et de l'agriculture 2023: pour une transformation des systèmes agroalimentaires**: connaître le coût véritable des aliments. Rome: FAO, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.4060/cc7724fr>. Acesso em: 13 set. 2024.

FAO. **Caracterización de la agricultura familiar en América Latina y el Caribe: desafíos, evidencia y perspectivas.** Santiago: FAO, 2025. Disponível em: <https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/cd3788es>. Acesso em: 20 out. 2025.

FAO – ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A ALIMENTAÇÃO E A AGRICULTURA; FIDA – FUNDO INTERNACIONAL DE DESENVOLVIMENTO AGRÍCOLA; OPS – ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE; PMA – PROGRAMA MUNDIAL DE ALIMENTOS; UNICEF – FUNDO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A INFÂNCIA. **América Latina y el Caribe. Panorama Regional de la Seguridad Alimentaria y la Nutrición 2024:** Fomentando la resiliencia frente a la variabilidad del clima y los eventos climáticos extremos para la seguridad alimentaria y la nutrición. Santiago: FAO, 2025. DOI: 10.4060/cd3877es.

FAVARÃO, C. B.; FAVARETO, A. Abordagem sistêmica, coalizões e territórios: contribuições teóricas para a análise das transições sustentáveis em sistemas agroalimentares. **Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas**, v. 41, n. 2, p. 164–185, 2021. DOI: 10.37370/raizes.2021. v41. 737. 2021

FAVARETO, A. A abordagem territorial do desenvolvimento rural – mudança institucional ou inovação por adição? **Estudos Avançados (USP)**, v. 24, p. 299-319, 2010

FAVARETO, A. Uma década de experimentações e o futuro das políticas de desenvolvimento territorial rural no Brasil. In: GRISA, C.; SCHNEIDER, S. (Org.). **Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil.** Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2015.

FAVARETO, A. Territórios rurais em um mundo urbanizado e globalizado: paradoxos e transição para a sustentabilidade. In: GUIBERT, M.; SABOURIN, E. (Eds.). **Ressources, inégalités et développement des territoires ruraux en Amérique Latine, dans la Caraïbe et en Europe.** Paris: Institut des Amériques/Agence française de développement/Fondation EU-LAC, 2019. p. 17-32

FAVARETO, A., LOTTA, G. (2022). A longa evolução das ideias sobre Estado, políticas públicas e territórios – para além das políticas e abordagens territorialmente cegas. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, 24(1). <https://doi.org/10.22296/2317-1529.rbeur.202229>

FAVARETO, A.; BERDEGUÉ, J. Mudanças globais e locais - implicações para o futuro do enfoque territorial do desenvolvimento rural em América Latina. In: PERAFAN, M.E.V.; GRISA, C.; TARTARUGA, I.; RAMIREZ-MIRANDA, C.A.. (Org.). **Gestão e dinâmicas em desenvolvimento territorial.** 1ed.Curitiba: Editora CRV, 2018, v. 1, p. 29-54.

FAVARETO, A.; PIATTO, M. **Solução para o clima depende da transformação dos sistemas agroalimentares.** Imaflora, 11 jul. 2024. Disponível em:

<https://imaflora.org/noticias/solucao-para-o-clima-depender-da-transformacao-dos-sistemas-agroalimentares>. Acesso em: 28 mar 2025.

FAVARETO, A. *et al.* Territórios importam – bases conceituais para uma abordagem relacional do desenvolvimento das regiões rurais ou interioranas do Brasil. **Revista em Gestão, Inovação e Sustentabilidade**, n. 1, 2015b.

FOURNIER, S.; MUCHNIK, J. L'approche "Systèmes agroalimentaires localisés" (Syal), un outil d'intervention pour le développement territorial ?. In: **ISDA 2010 Innovation and Sustainable Development in Agriculture and Food**, Montpellier, France, jun. 2010. Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02757960>. Acesso em: 31 mai. 2024

FOURNIER, S.; MUCHNIK, J. El enfoque "SIAL" (Sistemas Agroalimentarios Localizados) y la activación de recursos territoriales. **Agroalimentaria**, v. 18, n. 34, p. 133-144, jan./jun. 2012.

FOURNIER, S.; TOUZARD, J. M. La complexité des systèmes alimentaires : un atout pour la sécurité alimentaire? **Vertigo - la revue électronique en sciences de l'environnement** [online], v. 14, n. 1, mai 2014, p. 2-17. Consulté le 23 mai 2014. Disponível em: <http://vertigo.revues.org/14840>. DOI: 10.4000/vertigo.14840.

FRIEDMANN, H.; McMICHAEL, P. Agriculture and the state system: the rise and fall of national agricultures, 1870 to the present. **Sociologia Ruralis**, London, v. 29, n. 2, p. 93-117, 1989.

GALVANESE, C. S. Planejamento e políticas territoriais no Brasil. In: **Paradigmas do planejamento territorial em debate: contribuições críticas a um campo científico emergente**. Santo André: E. UFABC, p.163-223, 2021.

GARCIA, A. A sociologia rural no Brasil: entre escravos do passado e parceiros do futuro. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 5, n. 10, p. 154-189, jul./dez. 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/soc/n10/18718.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2024.

GASSELIN, P. *et al.* Introduction générale. Questions, enjeux et cadre d'analyse. In: GASSELIN, Pierre; LARDON, Sylvie; CERDAN, Claire; *et al.* (dir.). **Coexistence et confrontation des modèles agricoles et alimentaires: Un nouveau paradigme du développement territorial?** Versailles: Éditions Quæ, 2021. p. 13-30. (Collection: Nature et société). Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02639911>. Acesso em: 01 jul 2024. 2021a

GASSELIN, P. *et al.* Gouverner la coexistence et la confrontation des modèles agricoles et alimentaires dans les territoires : paradigme, postures, méthodes. In: GASSELIN, Pierre; LARDON, Sylvie; CERDAN, Claire; *et al.* (dir.). **Coexistence et confrontation des modèles agricoles et alimentaires: Un nouveau paradigme du développement territorial?** Versailles: Éditions Quæ, 2021. p. 379-391. (Collection: Nature et société). Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02639911>. Acesso em: 01 jul 2024. 2021b

GAZOLLA, M. Os mercados das agroindústrias familiares: produção de novidades e transições sociotécnicas no regime agroalimentar. In: CONTERATO, M. A. *et al.* (org.). **Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos**. Porto Alegre: Via Sapiens, 2013. p. 311-334.

GAZOLLA, M. Redefinindo as agroindústrias no Brasil: uma conceituação baseada em suas “condições alargadas” de reprodução social”. In: **Revista IDeAS – Interfaces em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade**, Rio de Janeiro – RJ, v. 7, n. 2, p. 62-95, 2013.

GAZOLLA, M. Cadeias curtas agroalimentares na agroindústria familiar: dinâmicas e atores sociais envolvidos. In: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. p. 1775-194.

GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. (org.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

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

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

GOODMAN, D. Espaço e lugar nas redes alimentares alternativas: conectando produção e consumo. In: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. (org.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

GOODMAN, D.; DUPUIS, E. M.; GOODMAN, M. K. (org.). **Alternative food networks: knowledge, practice and politics**. London: Routledge, 2012.

GRADE, M.; MERGEN, C. V.; ROVER, O. J. Processos associativos e cooperativos de produção rural e suas relações com os mercados imersos e aninhados. In: BÚRIGO, F. L.; ROVER, O. J.; FERREIRA, R. G. (org.). **Cooperação e desenvolvimento rural: olhares sul-americanos**. Florianópolis-SC: Letras Contemporâneas, 2021. v. 1, p. 164-179.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties. **American Journal of Sociology**, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties: a network theory revisited. **Sociological Theory**, v. 1, p. 201-233, 1983.

GRANOVETTER, M. Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. **RAE Eletrônica**, [s.l.], v. 6, n. 1, jan./jun. 2007.

GRISA, C.; PORTO, S. I. Políticas alimentares e referenciais setoriais na trajetória brasileira. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 61, n. 3, e259390, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2022.259390pt>.

GRISA, C.; ROZENDO, C.; GOMES, R.; ZIMMERMANN, S. A. Sistemas agroalimentares contemporâneos: dinâmicas, perspectivas e desafios. **Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas**, v. 41, n. 2, p. 159-163, dez. 2021. DOI: 10.37370/raizes.2021.v41.756.

GUANZIROLI, C. *et al.* **Agricultura familiar e reforma agrária no século XXI**. Rio de Janeiro: Garamond, 2001.

GUIMARÃES, G. M.; SILVEIRA, P. R. C. Por trás da falsa homogeneidade do termo agroindústria familiar rural: indefinição conceitual e incoerências das políticas públicas. In: ENCONTRO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE SISTEMAS DE PRODUÇÃO, 6., 2007, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: SBSP, 2007.

GUIVANT, J. O controle de mercado através da eco-eficiência e do eco-consumo: uma análise a partir dos supermercados. **Política & Sociedade**, v. 8, n. 15, p. 173-198, 2009 DOI: <https://doi.org/10.5007/2175-7984.2009v8n15p173>.

GUIVANT, J. S. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. **Ambiente & Sociedade**, Campinas, v. 6, n. 2, p. 63-81, 2003.

GUZZATTI, T. C.; GELBCKE, D. L.; CAZELLA, A. A. Interfaces do agroturismo com o enfoque da cesta de bens e serviços territoriais. **Desenvolvimento em Questão**, [S. l.], v. 22, n. 61, p. e16031, 2024. DOI: 10.21527/2237-6453.2024.61.16031.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HIRCZAK, M. *et al.* Le modèle du panier de biens: grille d'analyse et observations de terrain. **Économie Rurale**, v. 308, n. 6, p. 55-70, 2008.

HLPE. **Nutrition and food systems**: a report by The High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition. Rome: [s.n.], 2017.

HOCHEDÉZ, C. Food justice: processes, practices and perspectives. **Review of Agricultural, Food and Environmental Studies**, v. 103, n. 4, p. 305-320, 2022. DOI: 10.1007/s41130-023-00188-4. Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-04437795>. Acesso em: 11 jun.2024.

HOCHEDÉZ, C.; LE GALL, J. Justice alimentaire et agriculture: introduction. **Justice spatiale = Spatial justice**, n. 9, 2016. Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01342994>. Acesso em: 10 jun. 2024

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo agropecuário de 2006**. Sistema IBGE de Recuperação Automática (SIDRA), 2007. Disponível em: <https://ibge.gov.br/>. Acesso em: fev. 2023.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico de 2010**. Brasília: IBGE, 2010. Disponível em:

<https://www.ibge.gov.br/censo2010/apps/sinopse/index.php?dados=29&uf=42>. Acesso em: 05 jul. 2023.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo agropecuário de 2017**: resultados definitivos. Sistema IBGE de Recuperação Automática (SIDRA). 2019. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuário/censo-agropecuário-2017/resultados-definitivos>. Acesso em: 15 fev. 2023.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico de 2022**. Sistema IBGE de Recuperação Automática (SIDRA). 2024. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/9923#resultado>. Acesso em: 04 dez. 2024.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico de 2022**. IBGE Cidades. 2025. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/panorama>. Acesso em: 07 out. 2025

IPES FOOD. **De la mesa al planeta**: la alimentación como motor de los gobiernos locales en la acción por el clima. [S.l.]: IPES-Food, 2023.

JANDREY, W. F.; SCHULTZ, G.; SOUZA, M. Canais de comercialização em sistemas orgânicos de produção familiares na Região da Serra Gaúcha. **Desenvolvimento Regional em debate – DRd**, Canoinhas v.8, n. 1, p. 25-47, mar. 2018. DOI: <https://doi.org/10.24302/drd.v8i1.1717>. Disponível em: <https://www.periodicos.unc.br/index.php/drd/article/view/1717>. Acesso em: 3 abril 2024.

KATO, K.; DELGADO, N. G.; ROMANO J. Dinâmicas recentes de territorialização e desterritorialização e processos de construção de resiliência no território da Borborema (PB). In: GRISA, C.; SABOURIN, E.; ELOY, L.; MALUF, R. S. (orgs.). **Sistemas alimentares e territórios no Brasil** [recurso eletrônico]. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2022, p. 65-98.

LAMARCHE, H. Por uma teoria da agricultura familiar. In: LAMARCHE, H (coord.). **Agricultura familiar**: comparação internacional - do mito à realidade. Campinas, Ed. Unicamp, 1998, pp. 303-336.

LAMINE, C. Changer de système: une analyse des transitions vers l'agriculture biologique à l'échelle des systèmes agri-alimentaires territoriaux. **Terrains et Travaux**, n. 20, 2012, p. 139-156.

LAMINE, C. *et al.* Transformations du système agri-alimentaire territorial en sud Ardèche: co-construire une périodisation du passé... qui fasse sens pour l'avenir. **Géocarrefour**, v. 96, n. 3, 2022. Quelles transitions alimentaires dans les territoires? Open Edition Journals. DOI: <https://doi.org/10.4000/geocarrefour.20864>.

LAUERMANN, D. **A cesta de bens e serviços territoriais e os mercados alimentares físicos e digitais de agroindústrias familiares**. Pato Branco, 2023.

Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, 2023.

LAUERMANN, D.; CAPELLESSO, A. J.; GAZOLLA, M. O enfoque da cesta de bens e serviços territoriais aplicado à análise das agroindústrias familiares e suas especificidades alimentares no extremo Oeste Catarinense. **Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas**, Florianópolis, v. 42, n. 1, p. 150-167, 2022.

LEÃO, M. M.; MALUF, R. S. **A construção social de um sistema público de segurança alimentar e nutricional: a experiência brasileira**. 1. ed. Brasília, DF: ABRANDH, 2012. 72 p.

LE COQ, J. F. *et al.* Políticas y sistemas alimentarios en América Latina: elementos de introducción. In: LE COQ, J. F.; GRISA, C.; GUÉNEAU, S.; NIEDERLE, P. (org.). **Políticas públicas y sistemas alimentarios en América Latina**. Rio de Janeiro: E-papers, 2021. p. 09-26.

LOCKS, G. A. **Identidade dos agricultores familiares brasileiros de São José do Cerrito**, SC. 1998. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1998. 216 p.

LOCKS, G. A. Uma análise antropológica da formação social e do desenvolvimento socioeconômico da Lages e da Serra Catarinense. In: YAMAGUCHY, C. K. *et al.* (org.). **Visão Contemporânea e Sustentável da Serra Catarinense**. Lages: Ed. Uniplac, 2016.

LOCONTO, A. **Systèmes alimentaires durables: Un manuel pour s'y retrouver**. Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement. FAO, 260 p., 2020. ISBN 978-92-5-133270-2. DOI: 10.4060/ca9917fr. Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-03173213>. Acesso em: 07 jun. 2024.

LULOVICOVA, A.. **Évaluation environnementale des systèmes alimentaires territoriaux: Apports de l'analyse du cycle de vie territoriale à la construction et à l'évaluation des processus de reterritorialisation durables des systèmes agroalimentaires en France**. 2024. Tese (Doutorado em Geografia) – Université Côte d'Azur, França, 2024. NNT: 2024COAZ2002. Disponível em: <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-04551369>. Acesso em: 21 mai 2024.

MACHADO, P. P. **Lideranças do Contestado: a formação e a atuação das chefias caboclas (1912-1916)**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2004.

MAGNANTI, N. J. **Extração do pinhão na promoção da biodiversidade e do desenvolvimento econômico da agricultura familiar no Planalto Serrano Catarinense**. 2019. Tese (Doutorado em Agroecossistemas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Florianópolis, 2019.

MALASSIS, L. Histoire de l'agriculture, histoire de l'alimentation, histoire générale. **Économie rurale**, n. 184-18, p. 192-1986, 1994.

MALUF, R. S. Decentralized food systems and eating in localities: a multi-scale approach. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 59, n. 4, 2021.

MALUF, R. S. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**, [s.l.], v. 25, n. 1, p. 299-322, 2004.

MARÉCHAL, G. (dir.). **Les circuits courts alimentaires: bien manger dans les territoires**. Dijon: Educagri, 2008. p. 11-17.

MASCARENHAS, G. C. C. A noção de qualidade na agricultura e a construção de mercados territoriais. In: SCHNEIDER, S. (org.). **A diversidade da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2012.

McMICHAEL, P. Commentary: Food regime for thought. **The Journal of Peasant Studies**, v. 43, n. 3, p. 648-670, 2016. DOI: 10.1080/03066150.2016.1143816.

MEDEIROS, M. *et al.* A constituição de uma novidade organizacional no Sul do Brasil: avanços e limites da participação da agricultura familiar. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, 58(3), e209211. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2020.209211>. Acesso em: 02 mai.2024.

MEDEIROS, M. *et al.* O surgimento de novos códigos sociotécnicos na construção de projetos desviantes de desenvolvimento rural. **Estudo, Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 2, p. 406-429, 2017. Doi: <https://doi.org/10.36920/esa-v25n2-9>

MICHEL, L.; SOULARD, C. T. Introduction. La fabrique des politiques alimentaires locales en France: réponse aux crises ou usage de la crise? **Pôle sud**, v. 2021, n. 2 (55), p. 7-18, 2021. DOI: 10.3917/psud.055.0007. Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-03513001>. Acesso em: 17 jun. 2024.

MIOR, L. C. **Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural**. Petrópolis: Argos, 2005.

MIOR, L. C. *et al.* Redes de cooperação na agricultura familiar de Santa Catarina: acesso aos novos mercados e políticas públicas. In: ENCONTRO DA REDE DE ESTUDOS RURAIS, 8., 2019, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis, 2019.

MOLLARD, A. Qualité et développement territorial: une grille d'analyse théorique a partir de la rente. **Économie Rurale**, v. 263, n. 1, p. 16-34, 2001. DOI: 10.3406/ecoru.2001.5240.

MUCHNIK, J. Systèmes agroalimentaires localisés: les lieux, les mets et les mots. In: **ISDA 2010 Innovation and Sustainable Development in Agriculture and Food**, Montpellier, France, jun. 2010. Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02756162>. Acesso em: 27 mai.2024

MUNARIM, A. **A práxis dos movimentos sociais na região de Lages**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 1990. Dissertação (Mestrado em Educação).

MUNDLER, P.; BOULIANNE, M. Relocaliser la production alimentaire? Défis et obstacles d'une reterritorialisation. Le cas du bassin alimentaire de la région de Québec. **Géocarrefour**, 96(96/3). 2022. <https://doi.org/10.4000/geocarrefour.20809>

MUÑOZ, E. F. P. **Mercados das agriculturas familiares e camponesa: uma análise institucional comparada entre Brasil e Chile**. 2019. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

NESI, C. N.; DORIGON, C.; BADALOTTI, R. M.; PIEREZAN, S. A transferência de alimentos de agricultores familiares para filhos que moram na cidade: um estudo de caso do Oeste de Santa Catarina. In: Seminário Nacional de Planejamento e Desenvolvimento, 4., 2019, Chapecó. **Anais eletrônicos...** Chapecó: Argos, 2019. 14 p.

OBSERVATÓRIO AGRO CATARINENSE. **Produção Agropecuária**. Santa Catarina. 2023. Disponível em: <https://www.observatorioagro.sc.gov.br/areas-tematicas/producao-agropecuaria/paineis>. Acesso em: 16 mai. 2023.

OBSERVATÓRIO AGRO CATARINENSE. **Desenvolvimento rural**. Santa Catarina. 2025. Disponível em: <https://www.observatorioagro.sc.gov.br/areas-tematicas/desenvolvimento-rural/paineis/#nav-2571>. Acesso em: 11 mar. 2025

OBSERVATÓRIO AGROCATARINENSE. **Desempenho do Agro – Produto Interno Bruto**. Disponível em: <https://www.observatorioagro.sc.gov.br/areas-tematicas/desempenho-agro/paineis/>. Acesso em: 11 fev. 2025.

OBSERVATÓRIO AGROCATARINENSE. **Desenvolvimento Rural – Valor da Produção Agropecuária**. Disponível em: <https://www.observatorioagro.sc.gov.br/areas-tematicas/desenvolvimento-rural/paineis/#nav-2577>. Acesso em: 14 fev. 2025.

OLIVEIRA, M. A. Mundo rural (economia, trabalho e migrações) na Serra Catarinense/Brasil: elementos para discussão da centralidade do trabalho agrícola no meio rural no contexto de sua reestruturação produtiva na atualidade. **Jornal de Políticas Educacionais**, v. 10, n. 20, p. 106-117, jul./dez. 2016.

ONU - Organização das Nações Unidas. **Think Eat Save Tracking Progress to Halve Global Food Waste**. Disponível em: <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/45230>. Acesso em: 04 jul. 2024.

OSTROM, Elinor. **Beyond markets and states: polycentric governance of complex economic systems**. American Economic Review, v. 100, n. 3, p. 641–672, jun. 2010. Disponível em: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.100.3.641>. Acesso em: 11 nov. 2025.

PECQUEUR, B. Territoire, territorialité et développement. In: Actes du Colloque « **Industrie et territoire: les systèmes productifs localisés** », IREP-D, Grenoble, 21-22 Octobre 1992, pp. 71-88.

PECQUEUR, B. Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. **Économie Rurale**, v. 261, n. 1, p. 37-49, 2001. DOI: 10.3406/ecoru.2001.5217. Disponível em: <www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_2001_num_261_1_5217>. Acesso em: 30 jun. 2022.

PECQUEUR, B. O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do Sul. **Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas**, Campina Grande, v. 24, n. 1-2, p. 10-22, jan./dez. 2005.

PECQUEUR, B. A guinada territorial da economia global. **Eisforia**, Florianópolis/SC, v. 3, n. especial, p. 81-103, 2006

PECQUEUR, B. Qualidade e desenvolvimento territorial: a hipótese da cesta de bens e de serviços territorializados. **Eisforia**, Florianópolis, v. 3, n. especial, p. 135-153, 2006.

PECQUEUR, B. The territorial resource, an opportunity for local development in the South. **Journal of Rural and Community Development**, Montréal, 2022. Disponível em: <https://journals.brandonu.ca/jrcd/article/view/2093>. Acesso em: 5 mar. 2025.

PECQUEUR, B. Can the territorial food system provide solutions to recurring crises in the global food system? **Italian Review of Agricultural Economics**, v. 79, n. 1, p. 5-19, 2024a. DOI: 10.36253/rea-15170.

PECQUEUR, B. As abordagens do desenvolvimento territorial: origem e perspectivas recentes. **Desenvolvimento em Questão**, [S. l.], v. 22, n.61 p. e16213, 2024b. DOI: 10.21527/2237-6453.2024.61.16213.

PEIXER, Z. I. **A cidade e seus tempos: o processo de constituição do espaço urbano em Lages**. Lages: Editora Uniplac, 2002.

PEIXER, Z. I. Territórios e territorialidades: Um olhar para o planalto catarinense. In: **Ambientes em movimento: desafios e perspectivas em ambiente e saúde**. Curitiba, SC: Universidade Federal de Santa Catarina, Revista da ASAM, Departamento de Ciências Naturais e Sociais da UFSC, Centro de Ciências Rurais, 2021. v. 01, n. 01, p. 7-10. Disponível em: <https://ojs.sites.ufsc.br/index.php/am/article/view/5176>. Acesso em: 09 dez. 2023.

PERAFÁN, M. E. V.; SCHNEIDER, S. Que desenvolvimento dos territórios rurais em América latina e no Caribe?. In: GUIBERT, M.; SABOURIN, E. (Eds.). **Ressources, inégalités et développement des territoires ruraux en Amérique Latine, dans la Caraïbe et en Europe**. Paris: Institut des Amériques/Agence française de développement/Fondation EU-LAC, 2019. p. 33-46

PÉREZ, C. M. **Agroecologia no planalto catarinense: a experiência do Centro Vianei de Educação Popular**. 1997. 118 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Florianópolis, 1997.

PLOEG, J. D. V. da. **O modo de produção camponês revisitado**. Porto Alegre: UFRGS, 2006.

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

PLOEG, J. V. D. Newly emerging, nested markets: a theoretical introduction. In: HEBINCK, P.; PLOEG, J. D.; SCHNEIDER, S. (org.). **Rural development and the construction of new markets**. London: Routledge, 2015. p. 16-40.

PLOEG, J. V. D. Mercados aninhados recém-criados: uma introdução teórica. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. (org.). **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2016. p. 21-52.

PLOEG, J. D. V. D. Préface. Un ouvrage courageux et vraiment nécessaire. In: GASSELIN, Pierre; LARDON, Sylvie; CERDAN, Claire; *et al.* (dir.). **Coexistence et confrontation des modèles agricoles et alimentaires: Un nouveau paradigme du développement territorial? Versailles: Éditions Quæ, 2021. p. 7-12. (Collection: Nature et société). Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02639911>. Acesso em: 01 jul 2024. ISBN: 978-2-7592-3496-7.**

PLOEG, J. D.; YE, J.; SCHNEIDER, S. Rural development through the construction of new, nested, markets: comparative perspectives from China, Brazil and the European Union. **Journal of Peasant Studies**, v. 39, p. 133-173, 2012.

PML – PREFEITURA MUNICIPAL DE LAGES. **Informações**. Disponível em: <https://conheca.lages.sc.gov.br/index.php>. Acesso em: 20 fev. 2025.

POLANYI, K. **A grande transformação: as origens da nossa época**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

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

PREZOTTO, L. **A agroindústria rural de pequeno porte e o seu ambiente institucional relativo à legislação sanitária**. 1999. 143 p. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) - Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1999.

PREZOTTO, L. Uma concepção de agroindústria rural de pequeno porte. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis: EDUFSC, Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, n. 31, p. 133-154, abr. 2002.

PREZOTTO, L. **Agroindustrialização da produção da Agricultura Familiar**. 16 dez. 2021. Apresentação de aula. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RAMOS, Ivoneti, *et al.* Renda de qualidade territorial: da teoria francesa aos estudos brasileiros. **Desenvolvimento Em Questão**, 22(61), e16116, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.21527/2237-6453.2024.61.16116>

RASTOIN, J. L. Éditorial. Les systèmes alimentaires territorialisés: considérations théoriques et justifications empiriques. **Économies et Sociétés**, v. XLIX, (11/2015), n. 37, p. 1.155-1.164, 2015. (Série Systèmes agroalimentaires). Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02639911>. Acesso em: 29 mai.2024.

RASTOIN J. L. les systèmes alimentaires territorialisés: enjeux et stratégie de développement. **Journal Resolis**, fev. 2016, p. 12-14

RASTOIN, J. L. Éditorial. Crises sanitaires, résilience et refondation des systèmes alimentaires. **Systèmes alimentaires / Food Systems**, n. 5. DOI: 10.15122/isbn.978-2-406-11062-0. p. 17-31, 2020

REIS, J. Diferenciação e mudança: do rural ao território. In: _____. **Ensaio de economia impura**. Coimbra: Ed. Almedina, 2007. p. 193-209.

REITER *et al.* Os empreendimentos de agregação e as redes de cooperação da agricultura familiar. Florianópolis: Epagri, 2019.

RENK, A. Uns trabalham e outros lutam: brasileiros e a luta na erva. **Horizontes Antropológicos**, v. 6, p. 239-258, 2000. DOI: 10.1590/S0104-71832000001400010.

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**, [s.l.], v. 35, n. 3, p. 393-411, 2003.

REQUIER-DESJARDINS, D. L'évolution du débat sur les SYAL: le regard d'un économiste. **Revue d'Économie Régionale & Urbaine**, n. 4, p. 651-668, out. 2010. DOI: 10.3917/reru.104.0651.

REQUIER-DESJARDINS, D. Sistemas agroalimentares localizados e qualificação: uma relação complexa. **Revista Internacional INTERthesis**, v. 10, n. 2, 2013. Dossiê: Desenvolvimento territorial, sistemas agroalimentares localizados e ecologia. DOI: <https://doi.org/10.5007/1807-1384.2013v10n2p95>

REQUIER-DESJARDINS, D.; BOUCHER, F.; CERDAN, C. Globalization, competitive advantages and the evolution of production systems: rural food processing and localized agri-food systems in Latin-American countries. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 15, p. 49-67, 2003. DOI: <https://doi.org/10.1080/08985620210144983>.

RIBEIRO DO ROSÁRIO, L. T.; MONTEIRO FILOCREÃO, A. S. A valorização do açaí e seus efeitos para famílias agroextrativistas do estuário amazônico. **Revista Habitus** - Revista do Instituto Goiano de Pré-História e Antropologia, Goiânia, Brasil, v. 22, n. 1, p. 62-79, 2024. DOI: 10.18224/hab.v22i1.14225. Disponível em: <https://seer.pucgoias.edu.br/index.php/habitus/article/view/14225>. Acesso em: 16 out. 2025.

RIBEIRO, M. B. *et al.* A valorização de recursos específicos e a construção de mercados por agroindústrias familiares como componentes de uma CBST na Serra Catarinense. In: Anais do 61º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER). **Anais...Piracicaba(SP) ESALQ/USP**, 2023. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/sober2023/626259-A-VALORIZACAO-DE-RECURSOS-ESPECIFICOS-E-A-CONSTRUCAO-DE-MERCADOS-POR-AGROINDUSTRIAS-FAMILIARES-COMO-COMPONENTES-D>. Acesso em: 02 jul.2024

RIBEIRO, M. B.; CAPELLESSO, A. J.; CAZELLA, A. A. Construção de mercados por agroindústrias familiares: análise sob a perspectiva da abordagem da cesta de bens e serviços territoriais. **DRd - Desenvolvimento Regional em debate**, [S. l.], v. 14, p. 815–841, 2024. DOI: 10.24302/drd.v14.5425. Disponível em: <https://www.periodicos.unc.br/index.php/drd/article/view/5425>. Acesso em: 27 abr. 2025.

ROVER, O. J.; DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização como inovação social que valoriza a agricultura familiar agroecológica. In: DAROLT, M. R.; ROVER, O. J. (org.). **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**. Florianópolis: Estúdio Semprelo, 2021. p. 19-44.

SABOURIN, E. Dinâmicas territoriais e acesso aos mercados: uma leitura pela reciprocidade. In: DA SILVA, G. A.; CAVALCANTI, J. S. B.; WANDERLEY, M. N. B. (ed.). **Diversificação dos espaços rurais e dinâmicas territoriais no Nordeste do Brasil**. João Pessoa: Editora Zarinha, 2009. p. 147-186.

SABOURIN, Eric; ELOY, Ludivine; MALUF, Renato S. (orgs.). **Sistemas alimentares e territórios no Brasil** [recurso eletrônico]. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2022b. p. 99-122.

SABOURIN, E. *et al.* Abordagens em termos de sistemas alimentares e território no Brasil. In: GRISA, C.; SABOURIN, E.; ELOY, L.; MALUF, R. S. (orgs.). **Sistemas alimentares e territórios no Brasil** [recurso eletrônico]. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2022, p. 13-33.

SALVATE, N.; SCHNEIDER, S. Anatomia dos mercados imersos: proposta metodológica para o estudo dos mercados. In: GRISA, C.; SABOURIN, E.; ELOY, L.; MALUF, R. (org.). **Sistemas alimentares e territórios no Brasil**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2022. v. 1, p. 179-204.

SANTOS, J. S. **Agroindústria familiar rural no Alto Uruguai do Rio Grande do Sul: uma análise do processo de comercialização**. 2006. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

SANTOS, S. C. dos. **Índios e brancos no Sul do Brasil: a dramática experiência do Xokleng**. Florianópolis: Lunardelli, 1973.

SAQUET, M. **Abordagens e concepções sobre território**. 5. ed. Rio de Janeiro: Consequência. 2020.

SCHNEIDER, S. A diversidade da agricultura familiar. 2ª ed., Ed. Da UFRGS, 2009.

SCHNEIDER, S. Mercados e agricultura familiar. In: MARQUES, F.C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2016. p. 93-140.

SCHNEIDER, S.; ALMEIDA, N.; SALVATE, N. A dimensão territorial dos mercados imersos: o caso da manga Ubá em Minas Gerais. **Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas**, v. 42, n. 1, p. 57-76, 2022. Disponível em: <https://raizes.revistas.ufcg.edu.br/index.php/raizes/article/view/769>. Acesso em: 02 mar.2023.

SCHNEIDER, S.; ESCHER, F. A contribuição de Karl Polanyi para a sociologia do desenvolvimento rural. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 13, n. 27, p. 180-219, 2011.

SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. Seeds and sprouts of rural development: innovations and nested markets in small scale on-farm processing by family farmers in south Brazil. In: MILONE, P.; VENTURA, F.; YE, J. (org.). **Constructing a New Framework for Rural Development: Research in Rural Sociology and Development**. Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited, 2015. p. 127-156.

SCHNEIDER, S.; SCHUBERT, M.; ESCHER, F. Regimes agroalimentares e o lugar da agricultura familiar: uma apresentação ao debate. **Revista Mundi**, [s.l.], v. 1, n. 1, p. 1-20, 2016.

SCHOTTZ, Vanessa; CINTRÃO, Rosângela Pezza; SANTOS, Rosilene Mendes dos. Convergências entre a Política Nacional de SAN e a construção de normas sanitárias para produtos da Agricultura Familiar. **Vigilância Sanitária em Debate: Sociedade, Ciência & Tecnologia**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 4, p. 115-123, nov. 2014. DOI: 10.3395/vd.v2n4.461

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; CISAMA – Consórcio Intermunicipal Serra Catarinense; AMURES – Associação dos Municípios da Região Serrana. **Plano de desenvolvimento territorial do turismo da Serra Catarinense**. Lages: Sebrae, Cisama e Amures, 2021. Disponível em: https://amures.org.br/wp-content/uploads/2023/03/2152821_Relatorio_MTur_SerraC_ProdutoVI_v3_20abr21_CISAMA_1.pdf. Acesso em: 02 dez. 2024.

SYLVANDER, B. Le rôle de la certification dans les systèmes agroalimentaires localisés. **Économie Rurale**, n. 242, p. 15-22, 1997.

SILVA, A. C. da. De Vargas a Itamar: políticas e programas de alimentação e nutrição. **Estudos avançados**, v.n. 23, p. 87-107, 1995. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-40141995000100007>. Acesso em: 26/08/2020.

SILVEIRA, D. F.; SACCO DOS ANJOS, F. Cooperativismo e inclusão social: o caso dos mercados institucionais do sul do Brasil. **Desenvolvimento Regional em Debate – DRd**, Canoinhas, v. 12, p.91-109, 2022. DOI: <https://doi.org/10.24302/drd.v12>.

Disponível em: <https://www.periodicos.unc.br/index.php/drd/issue/view/94>. Acesso em: 2 abril 2024.

SOUZA, L. M. **As interfaces entre o enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais e a Marca Coletiva Sabor Serrano em Santa Catarina**. 2021. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021.

SOUZA, P. M. *et al.* Análise da Evolução do Valor dos Financiamentos do Pronaf-Crédito (1999-2010): número, valor médio e localização geográfica dos contratos. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 51, n. 2, p. 237-254, abr./jun. 2013.

TECCHIO, A. *et al.* Desenvolvimento territorial no Extremo Oeste de Santa Catarina: a abordagem a cesta de bens e serviços territoriais. **Revista Política e Planejamento Regional**, v. 8, n. 1, p. 1-20, 2021.

TECCHIO, A. *et al.* Marcas coletivas e recursos territoriais específicos imateriais: estudo de caso de duas experiências brasileiras. In: **Anais** do 10º Congresso da APDEA & IV Encontro Lusófono em Economia, Sociologia, Ambiente e Desenvolvimento Rural. Anais... Coimbra (Portugal), 2022a.

TECCHIO, A. *et al.* Marcas coletivas e cesta de bens e serviços territoriais: ações de desenvolvimento territorial sustentável no oeste de Santa Catarina. In: GRISA, Cátia;

TECCHIO, A.; CORTES, G.; VALETTE, E. Décrypter les sens à donner à la récupération alimentaire: une étude de cas dans la ville de Montpellier, France. **Revista Confins**: Revista Franco-Brasileira de Geografia, n. 59, 2023. Disponível em: <http://journals.openedition.org/confins/52299>. Acesso em: 05 jul. 2024. Alimentação e Políticas Alimentares nas Cidades.

THIES, V. F.; CONTERATO, M. A. Agricultura familiar e autonomia: a construção social e política de mercados no noroeste gaúcho. **Desenvolvimento Regional em debate - DRd**, Canoinhas, v. 7, n. 1, p. 51-74, jan./jun. 2017. DOI: <https://doi.org/10.24302/drd.v1i1>. Disponível em: <https://www.periodicos.unc.br/index.php/drd/issue/view/49>. Acesso em: 29 mar. 2024

TONNEAU, J. P. *et al.* Le territoire : un vecteur de réponse à la crise du développement. In: CARON, Patrick; VALETTE, Elodie; WASSENAAR, Tom; COPPENS D'EECKENBRUGGE, Geo; PAPAIZIAN, Vatché. **Des territoires vivants pour transformer le monde**. Éditions Quæ, 2017, p. 27-34. DOI: 10.3917/quæ.caron.2017.01.0027. Disponível em: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01794349>. Acesso em: 12 jun. 2024.

TOUZARD, J.-M. *et al.* Les systèmes alimentaires localisés: concepts et diversité des situations. **Économie Rurale**, n. 343–344, p. 19–34, 2014.

TRICHES, R. M.; SCHNEIDER, S. Alimentação escolar e agricultura familiar: reconectando o consumo à produção. **Saúde e Sociedade**, v. 19, p. 933-945, 2010.

TURNES, V. A.; CAZELLA, A. A.; SAMPAIO, C. A. C. Marcas coletivas: aporte à construção de cestas de bens e serviços territoriais. In: SAMPAIO, C. A. C. *et al.* (orgs.). **Estudos socioambientais e arranjos produtivos urbanos e regionais**. Blumenau: Editora FURB, 2021.

TURNES, V. A.; SCHMIDT, V. D. B. A agroindustrialização nas Encostas da Serra Geral e o papel do Cepagro. In: SCHMIDT, Wilson (org.). **Agroecologia sem agricultores locais?** Florianópolis: NEA Educampo/UFSC, 2017. p. 99-121.

VALENCIA PERAFÁN, Mireya E. *et al.* Apresentação: retomando o desenvolvimento territorial e refletindo sobre sistemas agroalimentares e a importância da agricultura familiar no campo latino-americano. In: VALENCIA PERAFÁN, Mireya E. *et al.* (orgs.). **Desenvolvimento territorial, sistemas agroalimentares e agricultura familiar**. 2. ed. [E-book]. São Leopoldo, RS: Oikos, 2022.

VALETTE, E.; PESCHE, D.; TONNEAU, J. P. Territoires et enjeux globaux. In: CARON, Patrick (ed.); VALETTE, Elodie (ed.); WASSENAAR, Tom (ed.); COPPENS D'ECKENBRUGGE, Géo (ed.); PAPAŽIAN, Vatché (ed.). **Des territoires vivants pour transformer le monde**. Versailles: Éditions Quæ, 2017. p. 23-26. (Agricultures et défis du monde).

VEIGA, J. E. da. **Cidades imaginárias**: o Brasil é menos urbano do que se calcula. Campinas: Editora Autores Associados, 2002.

VIANEI. Associação Vianei de Cooperação e Intercâmbio no Trabalho, Educação, Cultura e Saúde – AVICITECS. 2023. Disponível em: <https://vianei.org.br/>. Acesso em: 18 mai. 2023.

WAQUIL, P. D.; MIELE, M.; SCHULTZ, G. **Mercados e comercialização de produtos agrícolas**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2010.

WILKINSON, J. **O mundo dos alimentos em transformação: mesmos pratos, novos ingredientes, processos e atores**. Curitiba: Appris, 2023. 235 p.

WILKINSON, J. Sociologia econômica, a teoria das convenções e o funcionamento dos mercados: “inputs” para analisar os micro e pequenos empreendimentos agroindustriais no Brasil. **Ensaio FEE**, [s.l.], v. 23, n. 2, p. 805-824, 2002.

WILKINSON, J.; MIOR, L. C. Setor informal, produção familiar e pequena agroindústria: interfaces. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 30-45, 1999.

ZAOUAL, H. **Nova economia das iniciativas locais: uma introdução ao pensamento pós-global**. Tradução de Michel Thiollent. Rio de Janeiro: DP&A; Consulado Geral da França/COOPE/UFRJ, 2006.

ZIMMERMANN, S. *et al.* Desenvolvimento territorial e políticas de enfrentamento da pobreza rural no Brasil. **Campo-Território**: Revista de Geografia Agrária, v. 9, n. 17, p. 540-573, abr. 2014.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
Centro de Ciências Agrárias
PPG em Agroecossistemas – Mestrado e Doutorado
– Modalidade Acadêmica –



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado (a) Senhor (a),

Gostaríamos de convidá-lo/a para participar como voluntário/a da pesquisa denominada **DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL SUSTENTÁVEL: INTERFACES ENTRE A CESTA DE BENS E SERVIÇOS (CBST), MERCADOS E MARCAS TERRITORIAIS** desenvolvida em parceria entre a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), Instituto Federal Catarinense (IFC), do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). O projeto também conta com a colaboração do Grupo de Estudos e Pesquisas em Alimentação, Agricultura e Desenvolvimento (GEPAD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), o Centro de Socioeconomia e Planejamento Agrícola (CEPA/EPAGRI) e Superintendência Federal da Agricultura em Santa Catarina do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA/SFA-SC).

A pesquisa é coordenada pelo prof. Ademir Antonio Cazella e tem por objetivo geral compreender as particularidades socioeconômicas, ambientais, culturais e organizacionais de territórios rurais catarinenses, a partir do enfoque da “Cesta de bens e serviços territoriais” e dos “Mercados imersos”.

Solicitamos a sua colaboração da seguinte maneira: participando de forma voluntária de uma entrevista a partir de um roteiro de perguntas (questionário ou entrevista semiestruturada) sobre questões relacionadas à agroindústria que você opera, ou organização/instituição em que atua. A aplicação deste questionário e entrevista durará em média 02 horas.

Através de sua participação, será possível reforçar o entendimento sobre as agroindústrias familiares da região, enquanto componentes da CBST, com foco na agregação de diferenciais de qualidade, estruturas organizacionais e distintos canais de comercialização. Em complemento analisaremos a relação dos canais de comercialização com a teoria dos mercados imersos, buscando caracterizar as relações sociais que dão base às transações econômicas.

As informações oferecidas por você serão utilizadas exclusivamente para as finalidades científicas desta pesquisa e poderão ser apresentadas em eventos ou publicadas em revistas nacionais ou internacionais. A sua identidade será mantida no mais rigoroso sigilo e você não será identificado(a) em nenhuma das publicações dos resultados desta pesquisa. No entanto, existe a remota possibilidade da quebra do sigilo, mesmo que involuntário e não intencional, cujas consequências serão tratadas nos termos da legislação vigente.

Nos comprometemos a tomar os cuidados para que esta participação não lhe ofereça riscos, porém existe a possibilidade de sua participação gerar algum cansaço ou constrangimento em responder algumas questões da entrevista. Caso isto ocorra prestaremos a assistência necessária e como sua participação no estudo é voluntária, o(a) senhor(a) não é obrigado(a) a fornecer as informações e/ou colaborar com as atividades solicitadas pelo pesquisador. Bem como é garantida sua decisão em recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer tipo de penalização. Em se tratando dos cuidados de biossegurança relativos à Pandemia da Covid-19, o entrevistador disponibilizará álcool em gel e manterá o uso de máscaras enquanto perdurarem essas recomendações sanitárias.

Não estão previstos gastos para participação voluntária nesta pesquisa, entretanto caso você tenha alguma despesa, comprovadamente em decorrência da mesma você será ressarcido de acordo com a Resolução CNS nº510/16. Sendo assim, diante de qualquer prejuízo material ou imaterial em decorrência da pesquisa você poderá solicitar indenização, de acordo com a legislação vigente.

Essa pesquisa foi aprovada no Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Santa Catarina (CEPSH-UFSC) e atende a Resolução 510/2016 e suas

complementares. O CEPESH é um órgão colegiado interdisciplinar, deliberativo, consultivo e educativo, vinculado à Universidade Federal de Santa Catarina, mas independente na tomada de decisões, criado para defender os interesses dos participantes da pesquisa em sua integridade e dignidade e para contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos.

Este documento será impresso em duas vias, assinadas e rubricadas, ficando uma com você. Em caso de dúvida e se quiser retirar seu consentimento você poderá entrar em contato a qualquer momento com:

Prof. Ademir Antonio Cazella Pós-Graduação em Agroecossistemas - Centro de Ciências Agrárias/UFSC (aacazella@gmail.com). Telefones: (48) 3721-2665 Endereço: Rod. Admar Gonzaga, 1346; CEP: 88034-001- Itacorubi - Florianópolis/SC.	Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEPSH-UFSC). Telefone: (48) 3721-6094; E-mail: cep.propesq@contato.ufsc.br, Endereço: Prédio Reitoria II (Edifício Santa Clara), Rua Desembargador Vitor Lima, nº 222, sala 401, Trindade, Florianópolis/SC - CEP 88.040-400.

_____, _____ de _____ de 2021.
 Li, fui esclarecido(a) e compreendi este termo de consentimento, bem como recebi uma via deste documento rubricada e assinada. Concordo em participar como voluntário desta pesquisa, sem remuneração ou ônus financeiro.

 Participante:

 Documento:

Em atendimento à Resolução nº 510 do Conselho Nacional de Saúde, de abril de 2016, declaro o cumprimento das exigências contidas neste, assim como deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

 nome do aplicador

APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO ÀS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES

Questionário revisito após pré testes não mexer

Questionário do Projeto de Pesquisa "Desenvolvimento territorial sustentável: interfaces entre a cesta de bens e serviços, mercados e marcas territoriais" financiado pelo Edital de Chamada Pública FAPESC No 12/2020-Programa de Pesquisa Universal (Termo de Outorga N° 2021TR000531).

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - conforme aprovação/modelo do comitê de ética

Obs: Lembrar das questões impressas:

- 1- Tabela dos produtos e alimentos fabricados na agroindústria (questão 1)
- 2- Tabela dos canais de comercialização e distâncias (questão 33)
- 3- Tabela sobre os canais digitais e percentuais de vendas por canal (questão 54)

*Obrigatório

1. Entrevistador (a) e data *

2. Nome da agroindústria *

3. Nome do (a) respondente *

4. Endereço *

5. Contato telefônico (WhatsApp) *

6. E-mail

7. Em qual município a agroindústria está localizada? *

8. Qual o ano de criação (com venda mesmo que informal)? *

9. Qual a localização da agroindústria em relação a sede do município? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Localizada em área rural Pular para a pergunta 10
☐ Localizada em área urbana Pular para a pergunta 14

Se área rural

Se área rural

10. A quantos km do centro/sede do município de origem?

11. A quantos km do centro do município mais próximo?

Relação da agroindústria com a unidade produtiva

12. A agroindústria é a atividade principal da propriedade/ou cooperativa? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

13. Quanto a agroindústria representa no total da renda bruta da unidade produtiva/ou cooperativa? (em %) *

Características da agroindústria

14. Em qual local é realizada a fabricação dos produtos/alimentos da agroindústria: (pode marcar mais de uma) *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Em construção própria para agroindústria dentro da propriedade
☐ Em construção própria para agroindústria fora da propriedade
☐ Em instalação da unidade descentralizada da cooperativa (dentro ou fora da propriedade)
☐ Em área comum da residência (ex: cozinha...)
☐ Em Instalação de terceiros (ex. alugada, cedida...)
☐ Em instalação coletiva ou comunitária
☐ Em área anexa à residência com acesso próprio (Ex: com porta/entrada externa independente da residência.)

Outro: ☐ _____

15. Qual o tamanho da área de processamento ? Área em m²: *

16. Qual a capacidade diária de processamento dos produtos (litros)

17. Qual a capacidade diária de processamento dos produtos (kg)

18. Qual a capacidade de armazenamento dos produtos (estoque)? (litros):

19. Qual a capacidade de armazenamento dos produtos (estoque)? (kg):

20. Qual a periodicidade do processamento?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ semanal (1x na semana)
☐ 2 a 3 dias na semana
☐ 4 a 5 dias na semana
☐ 6 a 7 dias na semana
☐ quinzenal (2x ao mês)
☐ mensal (1 x ao mês)
☐ semestral (2 épocas do ano)
☐ anual (1 época - sazonal)
☐ Outro: _____

21. Quais os elementos abaixo estão disponíveis para a agroindústria? (marcar todas que se aplicam) *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Logotipo
☐ Câmara fria (ou estoque a frio)
☐ Estrutura de estoque sem frio
☐ Caminhão/utilitário não refrigerado
☐ Caminhão/utilitário refrigerado
☐ Manual de boas práticas de fabricação
☐ Sistema de geração de energia elétrica solar
☐ Energia elétrica trifásica

22. Qual a quantidade de pessoas envolvidas na fabricação dos produtos na agroindústria? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	0	1 a 2	3 a 5	6 a 10	11 ou mais
Número de membros da família que trabalham permanentemente na agroindústria	☐	☐	☐	☐	☐
Número de membros da família que trabalham eventualmente na agroindústria	☐	☐	☐	☐	☐
Número de membros da associação/grupo/cooperativa que trabalham permanentemente na agroindústria	☐	☐	☐	☐	☐
Número de membros da associação/grupo/cooperativa que trabalham eventualmente na agroindústria	☐	☐	☐	☐	☐
Número de pessoas contratadas que trabalham permanentemente na agroindústria	☐	☐	☐	☐	☐
Número de pessoas contratadas que trabalham eventualmente/periodos na agroindústria	☐	☐	☐	☐	☐

23. Qual o gênero do gestor(a)/responsável legal pela agroindústria?

Marque todas que se aplicam.

	Gestor 1	Gestor 2	Gestor 3
Feminino	☐	☐	☐
Masculino	☐	☐	☐
outro	☐	☐	☐

24. Qual a faixa etária do gestor(a)/responsável legal pela agroindústria?

Marque todas que se aplicam.

	Gestor 1	Gestor 2	Gestor 3
<18	☐	☐	☐
18 a 24 anos	☐	☐	☐
25 a 34 anos	☐	☐	☐
35 a 44 anos	☐	☐	☐
45 a 54 anos	☐	☐	☐
55 a 64 anos	☐	☐	☐
65 anos ou mais	☐	☐	☐

25. 10. Nível de escolaridade do (s) gestor (a) da agroindústria:

Marque todas que se aplicam.

	Gestor 1	Gestor 2	Gestor 3
Sem instrução formal	☐	☐	☐
Fundamental Incompleto	☐	☐	☐
Fundamental Completo	☐	☐	☐
Ensino Médio Incompleto	☐	☐	☐
Ensino Médio Completo	☐	☐	☐
Superior	☐	☐	☐
Pós-graduação	☐	☐	☐

26. Quanto ao conhecimento em relação às Boas Práticas de Fabricação (BPF), possui:

Marque todas que se aplicam.

	Conhecimento prático	Curso de curta duração	Formação técnica	Formação superior	Não se aplica
Gestores	☐	☐	☐	☐	☐
Familiares	☐	☐	☐	☐	☐
Cooperados	☐	☐	☐	☐	☐
Funcionários	☐	☐	☐	☐	☐

27. De quem recebe assistência técnica para a agroindústria: (marcar todas que se aplicam) *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Técnicos de instituições públicas estaduais (Epagri, etc.)
☐ Técnicos de instituições públicas federais (UFSC/UFS/UFPA)
☐ Organização Não Governamental (ONG)
☐ Técnicos contratados pela agroindústria
☐ Técnicos contratados pela associação/cooperativa
☐ Técnicos da prefeitura
☐ Sebrae/Senar
☐ Associação de municípios/consórcio intermunicipal
☐ Não recebe assistência técnica
☐ Responsável técnico

Outro: ☐ _____

28. Quais os tipos de atividades e organizações coletivas os integrantes da agroindústria fazem parte? (marcar as que se aplicam) *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Clube de mães
☐ Grupo de jovens
☐ Fórum de economia solidária
☐ Associação de agricultores
☐ Sindicato
☐ Movimento social
☐ Rede de comercialização
☐ Rede Ecovida
☐ Grupo informal de agricultores (venda, compra, etc)
☐ Cooperativas de crédito
☐ Cooperativa de produção (ex: Aurora, Cooperativa A1, Cooperalfa ...)
☐ Cooperativa de produção solidária (outras)
☐ Cooperativa de comercialização (ex. venda coletiva do leite, compra coletiva de insumos)
☐ Não faz parte

Outro: ☐ _____

29. Qual é o tipo de organização da agroindústria? (marcar apenas uma opção) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Individual *Pular para a pergunta 32*
☐ Familiar *Pular para a pergunta 32*
☐ Familiar vinculada à cooperativa *Pular para a pergunta 30*
☐ Grupo informal *Pular para a pergunta 40*
☐ Associação *Pular para a pergunta 40*
☐ Cooperativa (com produção cooperada) *Pular para a pergunta 33*
☐ Sociedade empresarial *Pular para a pergunta 40*

Familiar vinculada à cooperativa

30. Se familiar vinculada à cooperativa, qual cooperativa?

31. Qual a função da cooperativa em relação a agroindústria? (ex: emissão de nota fiscal; fornecimento de CNPJ...)

Distribuição das atividades entre os membros (familiar/cooperativa)

32. Se individual/familiar ou familiar vinculado a COOP, quem faz as seguintes funções na agroindústria (em relação ao respondente):

Marque todas que se aplicam.

	Gestão financeira	Gerencia a produção	Comercialização	Trabalha na produção de matéria-prima	Trabalha na produção da agroindústria	Responsável técnico	Respor Leg
Respondente	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Avós	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pai/sogro	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mãe/sogra	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tio	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tia	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Irmão	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Irmã	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Cunhado	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Filho/genro	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Filha/nora	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Neto	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Neta	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Outro familiar	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
de fora da família	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Cooperativa	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
cônjuge	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Pular para a pergunta 41

Seção sem título

Características das Cooperativas

33. Se COOP, indique o número de sócios:

34. Se COOP, qual o percentual mulheres no quadro societário:

35. Se COOP, indique a data de fundação:

Exemplo: 7 de janeiro de 2019

36. Se COOP, qual o papel da cooperativa em relação à agroindústria? (marcar todas que se aplicam)

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Viabilizar a comercialização (venda conjunta, marca coletiva)
- ☐ Formalizar a estrutura jurídica para evitar perda de segurado especial (aposentadoria)
- ☐ Assessoria para formalização sanitária
- ☐ Organizar o processamento/agroindustrialização
- ☐ Gerar preferência nas vendas institucionais (PNAE, PAA etc.)
- ☐ Organizar a compra conjunta de insumos, embalagens...
- ☐ Impressão de rótulos, códigos de barras ...
- ☐ Serviço de armazenagem
- ☐ Serviço de transporte
- ☐ Responsável técnico
- ☐ Serviço de contabilidade
- ☐ Disponibilizar uma marca coletiva

Outro: ☐ _____

37. Se COOP, atividades que desenvolve além da agroindústria

38. Se COOP, participa de outras redes de cooperação (centrais etc)? Qual?

39. Se COOP, realiza atividades de capacitação, ensino, treinamento e projetos sociais?

Marque todas que se aplicam.

	Exclusivo para sócios	Comunidade em geral	Não faz
Capacitação técnica (produtiva)	☐	☐	☐
Capacitação administrativa (financeira, vendas etc.)	☐	☐	☐
Capacitação em relações humanas	☐	☐	☐
Formação de novas lideranças	☐	☐	☐
Formação da cidadania (motivacional, cultural, saúde etc.)	☐	☐	☐
Formação em princípios cooperativistas	☐	☐	☐
Atividades específicas para jovens, mulheres e idosos	☐	☐	☐
Projetos ou ações sociais	☐	☐	☐
Projetos ou ações ambientais	☐	☐	☐

Pular para a pergunta 52

Distribuição das atividades no caso de associações, grupos, cooperativas e sociedade empresarial

40. Se a resposta da questão 14 for Grupo informal, Associação, Cooperativa ou Sociedade empresarial, quem desempenha as seguintes funções na agroindústria:

Marque todas que se aplicam.

	Gestão financeira	Gerência de produção	Comercialização	Produção de matéria-prima	Produção na agroindústria	Responsável técnico
Respondente	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Presidente	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sócios	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Cooperados	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Familiares	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Funcionário fixo	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Funcionário temporário	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Terceirizado	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Licenciamento ambiental, registro sanitário e inspeção sanitária

41. A agroindústria possui licenciamento ambiental? (marcar apenas uma opção) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não
☐ Não precisa licença
☐ Em processo de regularização

42. A agroindústria possui registro sanitário ou serviço de inspeção sanitária? (marcar apenas uma opção) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim *Pular para a pergunta 45*
☐ Não *Pular para a pergunta 43*

Se não possui registro sanitário ou Serviço de Inspeção

43. Se não possui registro sanitário ou Serviço de Inspeção, você já teve algum problema relacionado à ausência de formalização? (marcar todas que se aplicam)

Marque todas que se aplicam.

- ☐ sim, tive produtos apreendidos/destruídos/multas
☐ sim, pois não consigo vender para muitos locais que comprariam (feiras, supermercados etc.)
☐ não, pois consigo vender todos os produtos em casa
☐ não, pois evito correr riscos
☐ não, pois só vendo por encomenda

Outro: ☐ _____

44. Se não possui registro sanitário ou serviço de inspeção, há interesse ou tentou se formalizar?(marcar todas que se aplicam)

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Não tentei, pois não via vantagens
☐ Não tentei, pois não tenho conhecimento e apoio técnico
☐ Tentei, mas não consegui (custos)
☐ Sem registro temporário
☐ Em processo de formalização
☐ Com interesse em formalizar

Outro: ☐ _____

Pular para a pergunta 51

Com registro sanitário ou Serviço de Inspeção

45. Ano da formalização *

46. Se com registro sanitário/serviço de inspeção sanitária ou em processo de formalização, em relação ao Registro Sanitário ou Sistema de Inspeção da agroindústria: (marcar todas que se aplicam)

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal (Sisbi)
☐ Serviço de Inspeção Federal (SIF)
☐ Serviço de Inspeção Municipal (SIM)
☐ Serviço de Inspeção Estadual (SIE/CIDASC)
☐ Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Vegetal (DIPOV/MAPA)
☐ Possui registro na Vigilância Sanitária

47. Se com registro sanitário e Serviço de Inspeção, qual a forma de constituição jurídica da agroindústria? (marcar apenas uma opção)

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Microempreendedor Individual (MEI) - CNPJ *Pular para a pergunta 48*
- ☐ Empresa Individual (EI) - CNPJ *Pular para a pergunta 48*
- ☐ Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI) - CNPJ *Pular para a pergunta 48*
- ☐ Empresa de Responsabilidade Limitada (LTDA) - CNPJ *Pular para a pergunta 48*
- ☐ Cooperativa (COOP) *Pular para a pergunta 48*
- ☐ Microprodutor Rural (MPR) - pessoa física *Pular para a pergunta 51*
- ☐ Microprodutor Rural (MPR) - pessoa jurídica *Pular para a pergunta 48*
- ☐ NF no bloco de produtor rural - pessoa física *Pular para a pergunta 51*
- ☐ Não sei responder *Pular para a pergunta 52*

com CNPJ

48. Se com CNPJ, há quanto tempo (anos) a agroindústria possui esta constituição jurídica?

49. Se com CNPJ, por quanto tempo (anos) a agroindústria atuou sem constituição jurídica?

50. Quais as desvantagens em ter CNPJ?

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Aumento dos custos com impostos
- ☐ Perder a condição de segurado especial (aposentadoria)
- ☐ Diminuição dos canais de comercialização (ex: feiras em espaços públicos...)
- ☐ Custos elevados
- ☐ Não há desvantagens

Outro: ☐ _____

Pular para a pergunta 52

Sem CNPJ

51. Se não tem CNPJ, por quê? (marcar as que se aplicam)

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Custos elevados
- ☐ Não perder condição de segurado especial (INSS)
- ☐ Desconhece as vantagens
- ☐ Não vê necessidade

Outro: ☐ _____

Características gerais

52. Quais são as formas de financiamento (últimos 2 anos ou contrato de investimento vigente) da produção e construção/equipamentos da agroindústria? (marcar todas que se aplicam) *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Pronaf agroindústria
- ☐ Pronaf Mais Alimentos
- ☐ Pronaf em outras linhas (custeio ou investimento)
- ☐ Pronaf Jovem ou Pronaf Mulher
- ☐ Crédito rural não Pronaf
- ☐ Linha de crédito especial da secretaria da Agricultura do governo do estado de Santa Catarina para agroindústria
- ☐ Recursos próprios em capital de giro
- ☐ Empréstimos de familiares
- ☐ Programa de incentivo da prefeitura
- ☐ PAA formação de estoques
- ☐ Não usa crédito
- ☐ Não sabe ou não quis opinar

Outro: ☐ _____

Marcar apenas uma oval por linha.

[illegible]

54. Informe a situação da agroindústria em relação ao pessoal que realiza a venda dos produtos: (marcar todas que se aplicam) *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ A venda ocorre por pessoas contatadas pela cooperativa/associação
- ☐ A agroindústria contrata pessoas para vender os produtos em feiras e eventos comerciais
- ☐ A agroindústria possui funcionários contratados de forma permanente para vendas
- ☐ A agroindústria paga comissão para vendedores autônomos
- ☐ A venda dos produtos da agroindústria é feita por membros da família

Outro: ☐ _____

55. A sua agroindústria recebe contribuição das seguintes pessoas/instituições nas inovações sociais (marketing, cooperativas, IG, venda associada) e produtivas (melhoria de produtos, rótulos, receitas) para melhoria nas vendas? *

Marque todas que se aplicam.

	Não	Sim	Informação	ação/apoio	não quis opinar
Instituições prestadores de assistência técnica e extensão rural públicas	☐	☐	☐	☐	☐
Consumidor final dos produtos da agroindústria	☐	☐	☐	☐	☐
Intermediário que realiza as vendas	☐	☐	☐	☐	☐
Cooperativa/associação	☐	☐	☐	☐	☐
sindicato	☐	☐	☐	☐	☐
Formação técnico/superior (Concluído/andamento)	☐	☐	☐	☐	☐
Tradição familiar (resgate do saber fazer)	☐	☐	☐	☐	☐
Consultoria privada/Sebrae	☐	☐	☐	☐	☐
Informações dos meios de comunicação (TV, Rádio, Jornais, Internet)	☐	☐	☐	☐	☐
outras agroindústrias	☐	☐	☐	☐	☐
prestadores de serviços de turismo	☐	☐	☐	☐	☐
organizadores de eventos locais	☐	☐	☐	☐	☐
Familiares que não trabalham na agroindústria	☐	☐	☐	☐	☐
Amigos ou conhecidos que não trabalham na agroindústria	☐	☐	☐	☐	☐

56. Como seleciona os grupos/pessoas com quem vai negociar os produtos? (marcar as que se aplicam) *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ É indiferente, trabalha com todos os que procura ou é procurado
☐ Relação pessoal (familiares, amigos de outras atividades)
☐ Histórico de negócios que geram confiança
☐ Indicação de pessoas/órgãos que confia
☐ Disponibilidade de serviço gratuito/parceria
☐ Disponibilidade de contrapartida
☐ Afinidade político/ideológica
☐ Discutido em reunião dos sócios (Coop.)
☐ Chamada pública (licitação)

Outro: ☐ _____

57. Existe algum projeto ou evento/ação que ajuda direta ou indiretamente na valorização dos produtos da agroindústria?

Marcar apenas uma oval por linha.

	Sim	Não	Não sabe
Denominação de origem (DO)	☐	☐	☐
Indicação de procedência (IP)	☐	☐	☐
Selo arte	☐	☐	☐
Festa típica local/regional	☐	☐	☐
Feiras comerciais	☐	☐	☐
Casa colonial ou espaço público assemelhado	☐	☐	☐
Rede de comercialização	☐	☐	☐
Roteiro/circuito turístico	☐	☐	☐
Marcas coletivas (selos)	☐	☐	☐
Certificação orgânica	☐	☐	☐
Projeto de desenvolvimento regional da Associação de municípios	☐	☐	☐
Projeto de valorização liderado por associação/ cooperativa de produtores e/ou ONG's	☐	☐	☐

58. Se a resposta for afirmativa para algum dos itens da questão anterior, quais são esses projetos e eventos?

59. Quanto à origem da PRINCIPAL matéria-prima utilizada na fabricação dos produtos/alimentos da agroindústria: (marcar apenas uma opção) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ A principal matéria-prima é TOTALMENTE própria *Pular para a pergunta 63*
- ☐ A principal matéria-prima é TOTALMENTE adquirida de terceiros *Pular para a pergunta 62*
- ☐ A principal matéria-prima é parte própria e parte de terceiros *Pular para a pergunta 60*

matéria-prima adquirida de terceiros

60. Se há compra parcial de matéria-prima parcial, quanto da matéria prima principal é comprada em relação ao total? (percentual)

61. Se há compra parcial de matéria-prima parcial, a matéria-prima adquirida de terceiro ocorre: (marcar as que se aplicam)

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Só quando a agroindústria ficaria ociosa/parada
- ☐ Durante todo o período para alcançar escala
- ☐ Em alguns períodos de baixa produção para manter a escala
- ☐ Em alguns períodos de alta demanda do seu produto

Outro: ☐

Produtor da matéria-prima

62. Se há compra de matéria-prima parcial ou total, essa matéria prima é produzida por quem? (marcar todas que se aplicam)

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Por agricultores da comunidade (próximo, vizinho)
- ☐ Agricultores do município
- ☐ Agricultores da região da associação dos municípios
- ☐ Centrais de abastecimento
- ☐ Outras agroindústrias/abatedouros
- ☐ De outros estados
- ☐ De outras regiões do estado
- ☐ matéria-prima é importada

Outro: ☐

Características da matéria-prima

63. Indique seu grau de concordância em relação à PRINCIPAL matéria-prima:

Marcar apenas uma oval por linha.

	concorda muito	concorda	nem concorda nem discorda	discorda	discorda muito	não sabe/não quis opinar
A agroindústria possui MÃO-DE-OBRA suficiente para produzir	☐	☐	☐	☐	☐	☐
A agroindústria possui ÁREA suficiente para produzir	☐	☐	☐	☐	☐	☐
As condições climáticas locais são favoráveis à produção	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O uso da matéria-prima principal exige algum processo que limita a produção em pequena escala (ex. malte)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
A qualidade da matéria-prima adquirida de terceiros deixa(ria) a desejar	☐	☐	☐	☐	☐	☐
A matéria-prima principal própria gera diferencial ao produto	☐	☐	☐	☐	☐	☐
A matéria-prima principal adquirida de terceiros é usada para produtos diferentes	☐	☐	☐	☐	☐	☐
A matéria-prima adquirida de terceiros é (ou seria) mais cara que produzir	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Existe risco de falta de matéria-prima para compra	☐	☐	☐	☐	☐	☐

64. Fora a matéria-prima principal, você compra alguma outra matéria-prima de agricultores do município e municípios vizinhos? (marcar apenas uma opção)

Marcar apenas uma oval.

- ☐ sim Pular para a pergunta 65
- ☐ não Pular para a pergunta 66

Produtos e municípios de aquisição da matéria-prima

65. Se sim, quais produtos e municípios?

Diferenciais dos alimentos e produtos

66. O sistema de produção de matéria-prima principal a ser processado pela Agroindústria é: (marcar apenas uma opção)

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Em transição agroecológica
- ☐ Orgânico/ecológico com certificação por auditoria
- ☐ Orgânico/ecológico com certificação participativa
- ☐ Agroecológico sem certificação ou produção com baixo uso de insumos químicos (ex: pinhão, erva-mate...)
- ☐ Convencional
- ☐ Não se aplica
- ☐ Não sabe

67. Na sua opinião, o que os consumidores valorizam nos produtos/alimentos que você produz na agroindústria?

Marque todas que se aplicam.

	Principal produto	2º produto principal	outros mais diferenciados	não sabe/não quis opinar
Produção orgânica/agroecológica da matéria prima	☐	☐	☐	☐
Diferencial decorrente da qualidade da matéria-prima própria (variedade, raça, processo etc.)	☐	☐	☐	☐
Não uso de conservantes químicos/sintéticos	☐	☐	☐	☐
Receita/fórmula diferenciada (saber fazer local/tradicional/familiar)	☐	☐	☐	☐
Técnica/ instrumento diferenciado (forno de barro, defumação tradicional, batedor de melado, etc)	☐	☐	☐	☐
Receita/fórmula diferenciada (origem externa ao saber fazer local)	☐	☐	☐	☐
Produção associada ao turismo/agroturismo/excursões na agroindústria	☐	☐	☐	☐
Produção artesanal	☐	☐	☐	☐
Produto colonial	☐	☐	☐	☐
Produção coletiva (grupo de agricultores/as)	☐	☐	☐	☐
Contato direto com a agroindústria	☐	☐	☐	☐
Rótulo e embalagem do produto/alimento	☐	☐	☐	☐
Sabor diferenciado	☐	☐	☐	☐
Aspecto visual (do produto)	☐	☐	☐	☐
O produto carrega um apelo ambiental relacionado à sua produção (ex: abelhas sem ferrão e polinização, etc)	☐	☐	☐	☐

O consumidor valoriza o preço menor ☐ ☐ ☐ ☐

68. Quais são os outros possíveis diferenciais de qualidade dos produtos/alimentos agroindustrializados por vocês?

69. Existe algum produto diferenciado que vocês estão desenvolvendo/pensando em criar e qual seu diferencial?

70. Se existir algum produto diferenciado, algum dos produtos diferenciados faz parte de um evento/festa típica ou da cultura da região? (marcar todas que se aplicam) *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Faz ou já fez parte de uma festa típica local (ex. festa da polenta, feira do pêssego...)
- ☐ Era/é um produto tradicionalmente produzido para alimentação das famílias do campo (ex. carne na banha)
- ☐ O produto é reconhecido como um produto colonial ou artesanal
- ☐ O produto está associado indiretamente a um evento/festa local (mas não como principal)
- ☐ O produto tem sua imagem associada com o território/paisagem (ex. milho crioulo em Anchieta - SC)
- ☐ O consumo do produto está associado à conservação de um conhecimento tradicional (ex. plantas bioativas)
- ☐ O produto tem alguma associação/relação com a história local (colonização)

Outro: ☐ _____

71. A manutenção dos diferenciais de qualidade dos produtos deparam-se com os seguintes desafios: (marcar as que se aplicam) *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Para atender a legislação sanitária é necessário alterar os processos, o que que impede a conservação do diferencial (ou já gerou essa perda)
- ☐ O processo diferenciado ou o não uso de insumos reduz o tempo de conservação ou exige técnica extra de conservação
- ☐ A produção segundo as normas legais exigem equipamentos/processos incompatíveis com a escala de produtos diferenciados/diversificados
- ☐ A exigência de uma matéria prima diferenciada (ex. produto orgânico, variedade de planta etc.) limita ampliar a escala
- ☐ Alguns produtos típicos não apresentam possibilidade de registro nos órgãos competentes (não catalogados)
- ☐ A produção com diferencial de qualidade resulta em maior preço, o que restringe o mercado a nichos específicos
- ☐ As oscilações no padrão de qualidade do produto ao longo do tempo não agradam o consumidor
- ☐ A produção se torna sazonal, não tendo como garantir sua oferta regular e com qualidade ao longo do ano
- ☐ O produto exige uma matéria prima que não é muito adaptada ao clima (insegurança de produção)
- ☐ A produção exige um conhecimento prático muito peculiar, de difícil aprendizado
- ☐ Nenhum dos anteriores
- Outro: ☐ _____

Seção sem título

Comercialização dos alimentos/produtos da agroindústria

Fazer o preenchimento das tabelas manuais (tipos de produtos; canais utilizados e vendas digitais)

As perguntas a seguir referem-se aos canais de comercialização utilizados na venda dos produtos fabricados na agroindústria

72. Em quais locais ocorre a venda da produção da agroindústria?

Marque todas que se aplicam.

	Sim	A maior quantidade	Muito ocasional	Não ocorre
Na propriedade	☐	☐	☐	☐
No próprio município	☐	☐	☐	☐
Em municípios da região	☐	☐	☐	☐
Em outras regiões de SC	☐	☐	☐	☐
Em outros estados	☐	☐	☐	☐
Para outros países	☐	☐	☐	☐
Não sei responder	☐	☐	☐	☐

73. A agroindústria já realizou pesquisa de mercado para definição preços dos produtos? (marcar apenas uma opção) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

74. A agroindústria já realizou pesquisa de mercado para criação de novos produtos? (marcar apenas uma opção) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

75. Como encontrou/obteve acesso ao principal canal de comercialização da agroindústria pela primeira vez? (marcar apenas uma opção) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Fui procurado pelo comprador
- ☐ Eu procurei por iniciativa própria
- ☐ Por intermédio de pessoas conhecidas
- ☐ Por indicação de uma organização
- ☐ Por indicação de conhecidos
- ☐ Um vendedor encontrou durante as vendas
- ☐ Na participação de feiras/eventos
- ☐ Não sei responder

76. Como são realizados os pedidos de compras dos produtos/alimentos da agroindústria, para o principal canal e para os demais canais?

Marque todas que se aplicam.

	Principal canal	Demais canais
Agroindústria entra em contato com cliente/consumidor quando tem produtos disponíveis para entrega imediata	☐	☐
Agroindústria monitora local de venda fazendo as reposições (ex: em supermercados)	☐	☐
Agroindústria entra em contato com o cliente/consumidor para produzir sob encomenda	☐	☐
Cliente/consumidor entra em contato com a agroindústria quando precisa dos produtos de forma imediata	☐	☐
Cliente/ consumidor entra em contato com a agroindústria para realizar encomenda dos produtos	☐	☐
Cientes/consumidores compram diretamente nos pontos de venda da agroindústria a pronta-entrega	☐	☐
Entrega com base no diálogo com o gestor de contrato institucional	☐	☐
Não sei responder	☐	☐

77. Como é definido o preço de venda dos produtos no principal canal de comercialização da agroindústria? (marcar apenas uma opção) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ O preço é definido pela agroindústria, tendo o preço dos supermercados como referência
- ☐ O preço é definido pela agroindústria, tendo o preço de outras agroindústrias como referência
- ☐ O preço é definido pela agroindústria com base no custo de produção
- ☐ O preço é definido através de um acordo coletivo de várias agroindústrias
- ☐ O preço é definido pelos compradores através de licitação, contrato ou chamadas públicas (mercado institucional)
- ☐ O preço é determinado pelo comprador sem possibilidade de negociação
- ☐ O preço resulta de uma negociação entre a agroindústria e o comprador
- ☐ Não sei responder
- ☐ Outro: _____

78. Qual o seu grau de satisfação pelo preço pago pelo principal canal de comercialização da agroindústria? (marcar apenas uma opção) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Totalmente satisfeito (estou feliz e contente com o que ganho)
- ☐ Satisfeito (o preço é bom mas poderia ser melhor)
- ☐ Insatisfeito (o preço não é bom, quase não cobre os custos)
- ☐ Totalmente insatisfeito (tenho prejuízos com as vendas)
- ☐ nem satisfeito, nem insatisfeito
- ☐ Não sei responder

79. Com relação ao preço de venda (descontado o frete) dos produtos para o principal canal de comercialização em relação aos demais canais: (marcar apenas uma opção) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ O preço de venda não varia entre os canais de comercialização
- ☐ Vendo por um preço mais baixo para o principal canal de comercialização
- ☐ Vendo por um preço mais alto para o principal canal de comercialização
- ☐ É maior que em alguns canais e menor que em outros
- ☐ Não sei responder

80. Quais as formas de pagamento efetuadas pelo principal canal e pelos demais canais de comercialização da agroindústria?

Marque todas que se aplicam.

	Principal canal	Demais canais
Em dinheiro	☐	☐
PIX	☐	☐
No cartão de crédito	☐	☐
No cartão de débito	☐	☐
Em depósito bancário	☐	☐
Em cheque	☐	☐
Boleto bancário	☐	☐
QR code	☐	☐
Não sei responder	☐	☐

81. Existem atrasos nos pagamentos pelo principal canal de comercialização da agroindústria? (marcar apenas uma opção)

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Nunca ocorreram atrasos no pagamento
☐ Já ocorreram atrasos, mas atualmente o pagamento é feito em dia
☐ Sim, ocorrem atrasos frequentemente
☐ Não sei responder

82. Na sua opinião, com relação à comercialização da agroindústria, os preços aumentam quando o produto é certificado ou fiscalizado segundo as normas sanitárias? (marcar apenas uma opção) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não
☐ Não sei responder

83. Existem pedidos de desconto, pechinchas ou barganhas na hora da venda dos produtos no principal canal de comercialização da agroindústria? (marcar apenas uma opção) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não
☐ Não sei responder

84. Qual a periodicidade de entrega de produtos/venda para o PRINCIPAL CANAL de comercialização da agroindústria? (marcar apenas uma opção) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Diária
☐ 2 a 4 x na semana
☐ Semanal
☐ Quinzenal
☐ Mensal
☐ Semestral
☐ Anual
☐ Não sei responder
☐ concentrada/sazonal

85. Quais as formas de comunicação com o principal canal de comercialização da agroindústria? (marcar as que se aplicam) *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Por telefone celular
☐ Por telefone fixo
☐ Através de contato pessoal
☐ Por intermédio de outras pessoas (distribuidores/atravessadores ou outros)
☐ Através do técnico que atende a agroindústria
☐ Por meio de rádio
☐ Por meio do Facebook/Instagram
☐ Por meio de WhatsApp/Telegram
☐ Por meio de site da agroindústria na internet
☐ Por e-mail
☐ Não sei responder

86. Como é feito o transporte dos produtos ao principal canal de comercialização da agroindústria? (marcar apenas uma opção) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ O cliente busca (ou contrata transporte para buscar) no ponto de venda/agroindústria
- ☐ O transporte é realizado pela própria agroindústria
- ☐ O transporte é realizado por terceiros ou transportadora contratados pela agroindústria
- ☐ O transporte é realizado por uma organização coletiva (associação/cooperativa)
- ☐ O transporte é realizada por algum órgão público público
- ☐ Não sei responder
- ☐ Outro: _____

87. Quais os problemas encontrados no transporte dos produtos para o principal canal de comercialização da agroindústria? (marcar todas que se aplicam) *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Não tem problema algum
- ☐ O custo é de responsabilidade da agroindústria (direto ou por preço menor)
- ☐ A distância percorrida entre a agroindústria e cliente é muito longa
- ☐ Produto exige diversas entregas de pequeno volume (ex. leite barriga mole)
- ☐ As condições de trafegabilidade das vias são ruins
- ☐ Os horários de entrega ou coleta dos produtos são ruins
- ☐ O meio de transporte disponível para realizar as entregas/coletas é muito antigo
- ☐ O meio de transporte disponível para realizar as entregas/coletas é inadequado
- ☐ Faltam equipamentos para armazenar ou refrigerar os produtos
- ☐ Faltam pessoas para trabalhar na logística e transporte
- ☐ As pessoas que trabalham na logística e transporte não fazem o serviço adequadamente
- ☐ Não sei responder

Outro: ☐ _____

88. Existem variações nas vendas para o principal canal de comercialização da agroindústria durante o ano? (marcar apenas uma opção) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim *Pular para a pergunta 89*
- ☐ Não *Pular para a pergunta 90*

Motivos para variação das vendas

89. Se sim, por que?

Vantagens e desvantagens em relação ao principal canal

90. Quais as vantagens em vender para o principal canal de comercialização da agroindústria? (marcar as que se aplicam) *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ O preço é mais alto
- ☐ O pagamento é mais seguro e feito sem atrasos
- ☐ O relacionamento é fidelizado
- ☐ A família conhece os compradores e existe uma relação de confiança nas relações de comercialização
- ☐ Tenho um contrato de venda
- ☐ Existe um compromisso moral de venda
- ☐ Existe confiança no comprador
- ☐ É próximo a agroindústria
- ☐ É a única opção de venda que tenho
- ☐ O volume/quantidade de venda é maior
- ☐ Ganho tempo em relação a outros locais
- ☐ Para poder escoar o excedente da produção (sobras)
- ☐ O cliente aceita produto informal
- ☐ O cliente presta outro serviço associado à compra (divulgação, transporte, etc.)
- ☐ Não sei responder

Outro: ☐ _____

91. Quais as desvantagens em vender para o principal canal de comercialização da agroindústria? (marcar as que se aplicam) *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Falta de informação sobre preços de venda
☐ Preço baixo na venda dos produtos
☐ Tempo e/ou condição de produção para atender os pedidos
☐ Condições das estradas para escoamento
☐ Riscos com a fiscalização pela falta de registro dos produtos
☐ Riscos de não receber pagamento pelos produtos vendidos ou nos prazos esperados
☐ Perdas e/ou desperdícios por sobras (não conseguir vender tudo)
☐ Pagamento à prazo
☐ Não se aplica

Outro: ☐ _____

Sobre os efeitos da Covid-19 na comercialização dos alimentos/produtos da agroindústria

92. Após a ocorrência da pandemia da COVID-19, qual o impacto sobre: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Aumentou muito	Aumentou pouco	Manteve-se	Diminuiu pouco	Diminuiu muito	não se aplica/não quis opinar
O volume total da produção da agroindústria	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Os tipos de produtos fabricados na agroindústria	☐	☐	☐	☐	☐	☐
A quantidade de canais de comercialização	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O faturamento nas vendas da agroindústria	☐	☐	☐	☐	☐	☐
As vendas por canais digitais	☐	☐	☐	☐	☐	☐

93. Alguma das situações abaixo explica esse comportamento durante a pandemia da COVID-19? (marcar as que se aplicam) *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Aumento nos custos da matéria-prima
☐ Aumento no preços do produto final
☐ Apelo a saúde do produto (orgânico/agroecológico, sem conservantes, nutracêutico)
☐ Faltou produto dos concorrentes (ex. externos)
☐ Ficou com mão de obra reduzida (funcionários)
☐ Queda na produção de matéria prima por outro fator (escassez hídrica)
☐ Queda na renda do consumidor impactou as vendas
☐ Dificuldade de acessar as vendas diretas (ex. venda em casas etc.)
☐ Aumento da procura de produtos locais
☐ Consumidor está se alimentando mais em casa

Outro: ☐ _____

Canais digitais

94. Realiza vendas por meio da internet? (Facebook, WhatsApp...) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não *Pular para a pergunta 100*

Comercialização por meio de canais digitais

95. Como é realizado o pedido de alimentos e produtos por meio dos canais digitais? (marcar as que se aplicam)

Marque todas que se aplicam.

- ☐ A agroindústria entra em contato com cliente/consumidor quando tem produtos disponíveis para entrega
☐ A agroindústria entra em contato com o cliente/consumidor para produzir sob encomenda
☐ A agroindústria oferta pacotes prontos de produtos (ex. cesta)
☐ O consumidor compra os produtos e alimentos em sites e plataformas, que se comunicam depois com a agroindústria
☐ Cliente/consumidor entra em contato com a agroindústria quando precisa dos produtos
☐ Cliente/consumidor entra em contato com a agroindústria para realizar encomenda dos produtos

Outro: ☐ _____

96. Qual a periodicidade dos pedidos/entregas realizados por meio dos canais digitais ? (marcar apenas uma opção)

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Diária
☐ Semanal
☐ Quinzenal
☐ Mensal
☐ Bimensal
☐ Mais de 2 meses
☐ Outro: _____

97. Qual a principal forma de entrega do(s) produto(s) e alimentos comercializados digitalmente? (marcar apenas uma opção)

Marcar apenas uma oval.

- ☐ O cliente retira os produtos na agroindústria
☐ Agroindústria faz a entrega no endereço indicado pelo cliente
☐ A agroindústria deixa em um ponto definido pela agroindústria
☐ A entrega é realizada por terceiro contratado pela agroindústria (delivery)
☐ A entrega envolve serviços de transportadora/correio para as entregas
☐ A entrega é realizada pela cooperativa ou associação que o agricultor participa
☐ O consumidor retira os alimentos na cooperativa ou associação
☐ Outro: _____

98. 57. A comercialização da agroindústria por canais digitais após a pandemia: (marcar apenas uma opção)

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Aumentou *Pular para a pergunta 99*
☐ Diminuiu *Pular para a pergunta 99*
☐ Manteve *Pular para a pergunta 100*

Quanto aumentou ou diminuiu nas vendas

99. Qual porcentagem de alteração para mais ou menos nos canais digitais após a pandemia?

Condições e usos da digitalização

100. Quais as condições e uso da digitalização na comercialização da agroindústria? *

Marque todas que se aplicam.

	Indisponível/não possui	Disponível/possui	Baixa qualidade/conhecimento	B alta qualidade/c
Possui acesso a internet	☐	☐	☐	[
Possui internet banda larga	☐	☐	☐	[
Possui internet móvel na propriedade (celular)	☐	☐	☐	[
Possui smartphone	☐	☐	☐	[
Possui computador/notebook/tablet	☐	☐	☐	[
Há habilidade e conhecimento sobre internet e navegação na web	☐	☐	☐	[
Tem habilidade e conhecimentos sobre compras e vendas on-line	☐	☐	☐	[
Possui habilidade e conhecimento para manusear computadores/tablets e notebooks	☐	☐	☐	[

Elementos complementares

101. Em relação à comercialização, poderias apontar as principais dificuldades ou desafios? *

102. A agroindústria adota práticas que contribuem para a valorização ambiental/sustentabilidade? Como? *

Considerações finais

103. Se você quiser manifestar alguma consideração, sugestão, dúvida ou dificuldades relacionadas à comercialização dos produtos da agroindústria familiar:

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

Ponto de venda em espaços turísticos (articulação de atores)												
Organizadores de cesta de produtos diferenciados												
Para empreendimentos turísticos												

54. Indique o percentual de vendas (em relação ao total produzido) para cada um dos canais digitais: *(tabela impressa)*

Canal	%
Facebook	
Instagram	
WhatsApp	
Site da agroindústria	
Sites e/ou plataforma individual	
Site e/ou plataforma coletiva	
Aplicativo de venda	
Outro/Qual? _____	