

Circuitos cortos de comercialización (CCC): Un enfoque desde las experiencias agroecológicas en el territorio brasileiro

Short Marketing Circuits (CCC): An approach from agro-ecological experiences in Brazilian territory

Circuitos curtos de comercialização (CCC): Uma abordagem desde as experiências agroecológicas no território Brasileiro

Ivonne-Maritza Buenaventura-Ramírez¹

Romier da Paixão-Sousa²

José-Daniel Gómez-López³

Recibido: 19 de febrero de 2020

Aprobado: 15 de enero de 2021

Publicado: 18 de marzo de 2021

Cómo citar este artículo:

Buenaventura-Ramírez, I.M., da Paixão-Sousa R. y Gómez-Lopez J.D. (2021). Circuitos cortos de comercialización (CCC): Un enfoque desde las experiencias agroecológicas en el territorio brasileiro. *Cooperativismo & Desarrollo*, 29(119), 1-33. doi: <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2021.01.05>

Artículo de investigación. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2021.01.05>

¹ Miembro del Núcleo de Estudos em Educação e Agroecologia na Amazônia NEA. Instituto federal de Ciência, Tecnologia e Educação do Pará. IFPA Campus Castanhal.

Correo electrónico: volandolibre7@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9655-394X>

² Doctora en Estudios Medioambientales por la Universidad Pablo de Olavide, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará, Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares – Castanhal (PA), Brasil.

Correo electrónico: romier.sousa.ifpa@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2925-5408>

³ Doctor en Geografía, Profesor Titular de la Universidad de Alicante España.

Correo electrónico: Jd.gomez@ua.es

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9222-8154>



Resumen

En este artículo se discuten las formas de comercialización de los productos agroalimentarios de base agroecológica de familias agricultoras, a través de los circuitos cortos. Se parte de la construcción social de los mercados como acto político por parte de los productores y los consumidores. Para este análisis, se llevó a cabo una revisión bibliográfica sobre los aspectos teóricos de la construcción social de los mercados y las experiencias en el territorio brasileiro referidas a los circuitos cortos de comercialización (CCC). Los resultados muestran que todas estas experiencias desde sus particularidades, y diferentes estrategias implementadas, han hecho una importante labor en la promoción del comercio justo y la economía solidaria. Sin embargo, se resaltan los procesos de construcción social de mercados, que involucran familias agricultoras organizadas y grupos de consumo responsable. Éstos han demostrado cómo las relaciones de proximidad, conocimiento y confianza, entre producción y consumo facilitan los procesos de comercialización a través de circuitos cortos de comercialización, con relación a otros canales como son el mercado institucional y programas de gobierno, que se componen de diferentes procedimientos burocráticos, que evidentemente dificultan la comercialización de los productos de la agricultura familiar.

Palabras clave: circuitos cortos de comercialización, construcción social de mercados, cooperativismo, asociacionismo, comercio justo.

Econlit:

- A13** Relación de la economía con los valores sociales
- P13** Empresas cooperativas
- D51** Economías de intercambio y producción

Abstract

This article discusses the forms of commercialization of agro-food products based on agro-ecological families of farmers, through short circuits; based on the social construction of markets as a political act by producers and consumers. For this analysis, a bibliographic review was made addressing theoretical aspects of the social construction of the markets and experiences in the Brazilian territory referring to short marketing circuits. The results show that all these experiences, from their particularities and different strategies implemented, have done an important job in the promotion of fair trade and the solidarity economy. However, the processes of social construction of markets are highlighted, involving organized farming families and responsible consumption groups, which have demonstrated how the proximity, knowledge and trust relationships between production and consumption facilitate the marketing processes through circuits commercialization short, in relation to other channels such as the institutional market and government programs, which are made up of different bureaucratic procedures, which obviously hinder the commercialization of family farming products.

Key words: Short Marketing Circuits, Social Market Construction, Cooperatives And Associativism, Fair Trade.

Resumo

Este artigo discute as formas de comercialização de produtos agroalimentares de base agroecológica de famílias agricultoras, através dos circuitos curtos; a partir da construção social de mercados como um ato político pelos produtores e consumidores. Para essa análise, foi realizada uma revisão bibliográfica abordando aspectos teóricos da construção social dos mercados e experiências no território brasileiro referente a circuitos curtos de comercialização. Os resultados mostram que todas essas experiências, a partir de suas particularidades e diferentes estratégias, têm feito um trabalho importante na promoção do comércio justo e da economia solidária. Entretanto, ressaltam-se os processos de construção social de mercados, que involucram famílias agricultoras organizadas e grupos de consumo responsável, que tem demonstrado como

as relações de proximidade, conhecimento e confiança, entre produção e consumo facilitam os processos de comercialização via circuitos curtos de comercialização, com relação a outros canais como o mercado institucional e programas de governo, que se compõem de diferentes procedimentos burocráticos, que evidentemente dificultam a comercialização dos produtos da agricultura familiar.

Palavras chaves: Circuitos curtos de comercialização, Construção social dos mercados, Cooperativismo e associativismo, Comércio justo.

Introducción

Los circuitos cortos de comercialización (CCC), según diferentes autores, son una forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o de temporada sin intermediario —o reduciendo al mínimo la intermediación— entre productores y consumidores (Chaffote y Chiffolleau, 2007; Darolt, 2013; Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2014; Resende de Melo, 2017). Sin embargo, Sevilla, Soler, Gallar, Vara y Calle (2012), sugieren que el número de intermediarios no es la característica fundamental ni prioritaria en la definición de un circuito corto pues la creación de estos canales de intercambio permiten construir relaciones entre los que producen y los que consumen. En palabras de Cabanes Morote y Gómez López (2014), en los circuitos cortos de comercialización, “prima la horizontalidad, la confianza, el conocimiento, la información y la proximidad, (no solo espacial, sino, sobre todo, relacional)” (p. 142).

Los agricultores siempre han tenido la opción de vender sus productos de forma directa al consumidor, entre tanto, este concepto de “circuito corto” nació formalmente en Japón en el año 1965. Fue cuando un grupo de madres preocupadas por el uso excesivo de productos químicos en la agricultura, fundaron las primeras *teikei*¹ (alianzas) entre pequeños productores orgánicos y consumidores (CEPAL, 2014). “El *teikei* es más que una alianza, es un estilo de vida, donde cantidades y precios son combinados de manera consensuada amigable y justa entre productores y consumidores” (Giehl Zanetti von Dentz y Bender, 2016, p. 157).

1 En la misma época se crearon en Suiza fincas comunitarias llamadas *food guilds*, y otro tanto se hizo después en Canadá y en los Estados Unidos con el modelo de *Community Supported Agriculture*. En Italia estos grupos son conocidos como *Gruppi di Acquisto Solidale*, en tanto que en Alemania se denominan *Landwirtschaftsgemeinschaftshof*. En Francia este concepto es impulsado desde 2002 por las asociaciones para la mantención de la agricultura campesina, AMAP (*Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne*), que se constituyen en diversos puntos del país en forma autónoma al Estado, por voluntad propia de los consumidores y productores. Este modelo no se opone a otras formas de comercialización, sino que es complementario. (CEPAL, 2014, p. 7).

Las primeras experiencias registradas en la construcción de Comunidades que Sustentan la Agricultura (CSA), después de los llamados *Teikei*, en Japón, empiezan a hacerse visibles entre los años ochenta y noventa, donde grupos de CSA se diseminan por todos los continentes (Urgenci, 2019). Principalmente en Norte América, Europa y Asia.

En Brasil, las iniciativas de CSA, están registradas desde 1997. Es pionera la ciudad de Fortaleza, estado de Ceará, con el nombre de *Associação de Desenvolvimento da Pecuária Orgânica* (ADAO) (Yamamoto, 2006). Pero es desde el año 2011 que esta iniciativa se difunde conformando actualmente la Red CSA Brasil, que cuenta con grupos registrados en gran parte del territorio nacional, principalmente en la zona centro-sur e sur-este del país. En el norte de Brasil, en consulta reciente (noviembre 2019) se encuentran tres grupos consolidados distribuidos en los estados de Amazonas, Pará y Maranhão. Entre estos, encontramos la CSA landê, ubicada en la Amazonía paraense.

Estas CSA son experiencias significativas en la consolidación de los circuitos cortos de comercialización (CCC). En palabras de González Calo, Giménez, Ramos Real y Renting (2012), los CCC hacen referencia a un "conjunto de iniciativas que giran en torno a la producción, distribución y consumo de alimentos, que se desarrollan, en la mayoría de los casos, como alternativas a otras formas más extendidas de estas actividades" (p. 193). Están asociadas a los procesos de construcción de redes alimentarias, así como a la articulación de respuestas colectivas basadas en un conjunto de demandas sobre la sostenibilidad de los sistemas agroalimentarios, la distribución de beneficios en la cadena, y el debilitamiento de los vínculos entre consumidores y sus fuentes de alimentación.

En este sentido, el circuito corto de comercio agroalimentario se encuadra como una opción que contribuye al desarrollo local, una vez que se trata de un mercado en sintonía con la concepción de desarrollo regionalizado (Resende de Melo, 2017). Sin embargo, es importante tener en cuenta que las formas sociales campesinas no son ecológicamente inocentes y socialmente justas en todas las ocasiones; las desigualdades y las lógicas de poder dentro de las comunidades campesinas también existen y reproducen los mismos vicios y problemas que la sociedad urbana, puesto que ambas comparten y están influenciadas por la cultura hegemónica (Calle Collado, Gallar y Candon, 2013).

Los CCC también se presentan como una alternativa viable de acceso a los mercados para que los agricultores familiares puedan movilizar su producción e impulsar el desarrollo de su localidad (Andrade, 2016). De manera que, reinventar los mercados locales, aproximar productores y consumidores, y estimular la compra de

alimentos de base ecológica en CCC son algunos desafíos para crear un modelo de consumo alimentario ecológicamente correcto (Darolt, 2013).

En este contexto, la proliferación de este tipo de experiencias nos invita a la reflexión sobre cuál es su contribución actual a los procesos de desarrollo rural (González Calo et al. 2012). Y, de esta forma, como afirman Darolt, Lamine y Brandenburg (2013):

Abrir espacios para la discusión de nuevas propuestas de desarrollo local que incorporen no apenas variables técnico-productivas, económicas y ambientales, sino también valores sociales, éticos y culturales; principios como autonomía, solidaridad, seguridad alimentaria, justicia social, respeto a la cultura y tradiciones locales, así como a la reconexión entre productores y consumidores. (p.12). (Traducción propia).

En palabras de González de Molina y Caporal (2013), la agroecología tiene una dimensión práctica o política que resultan inseparables. Es en esa medida que la agroecología política se desenvuelve como campo disciplinar que se ocupa del diseño y producción de acciones, instituciones y normas tendentes a lo largo de la sostenibilidad agraria.

Por otro lado, el movimiento agroecológico busca alternativas para minimizar los daños ambientales y aumentar la participación de los agricultores en los mercados, así como incentivar la autonomía del agricultor en el mercado y la valorización de la agrobiodiversidad (Viegas, 2016). Esto evidencia "la contribución de tales prácticas para el desarrollo de territorios rurales en especial, para el mantenimiento de la agricultura familiar y la preservación de los recursos ambientales y culturales de las comunidades tradicionales" (Guzzati, Sampaio y Turnes, 2014, p. 363) (Traducción propia).

Para Boaventura (2002), el éxito de estas experiencias alternativas de producción y de organización comunitaria, en lo que se dice respecto a la realización de su potencial emancipador, depende, en buena medida, de su capacidad de integrar procesos de transformación económica y cambios culturales, sociales y políticos. Para ello se deben construir redes de colaboración y apoyo mutuo, y establecer lazos con un movimiento social más amplio.

Desde esta perspectiva, este artículo tiene como objetivo presentar algunas experiencias que ocurren en el territorio brasilero dentro de la comercialización de productos de la agricultura familiar y a través de circuitos cortos, así como contextualizar las bases de estas experiencias en la construcción social de los mercados.

Se resalta el papel de las cooperativas y asociaciones como iniciativas y experiencias de la economía social y solidaria.

Así, esta investigación se fundamenta en autores que tratan la temática de la construcción social de los mercados y la agroecología política. Entre ellos, Singer (2002), Germany (2003), Calle Collado et al. (2013), González de Molina y Caporal (2013) y Schubert y Schneider (2016). También autores que se ocupan del estudio de los circuitos cortos de comercialización como Vivas (2008), González Calo et al. (2012), Darolt (2013), Darolt, Lamine e Brandenburg (2013), Cabanes Morote y Gómez López (2014), Viegas (2016), entre otros.

Metodología

Los procedimientos metodológicos utilizados fueron la lectura, análisis y selección bibliográfica obtenida a lo largo de la Maestría (Master) Profesional en *Desenvolvimento Rural Sustentável e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares* cursada en el *Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará* (IFPA) campus *Castanhal*, (Pará-Brasil), en convenio con el Grupo Oficial Internacional de Investigación "Cooperativismo, Desarrollo Rural y Emprendimientos Solidarios en la Unión Europea y Latinoamérica- COODRESUEL" de la Universidad de Alicante (España), durante el año 2017.

También se consultaron otros fondos bibliográficos que tratan sobre el tema objeto de este artículo, y se analizaron datos cualitativos, procedentes de bases primarias del trabajo de campo en diferentes comunidades de la región amazónica paraense, donde se localiza y actúa el IFPA campus *Castanhal*.

La Agroecología y la construcción social de los mercados

Como menciona Perez Cassarino y Duarte Damasco Ferreira (2013), la agroecología pasa a integrar en sus propuestas la búsqueda de formas alternativas de comercialización de los productos con el objetivo de permitir mejores condiciones en la construcción de mercados por parte de los agricultores. Por otro lado, posibilita mayores condiciones de acceso a los alimentos ecológicos por parte de los consumidores.

Así, las experiencias que se han desarrollado frente a la construcción social de los mercados, son iniciativas que vienen estructurando los procesos diferenciados de desarrollo rural, basados en la construcción de sistemas agroalimentarios alternativos a escala local. Las cuales buscan y realizan articulaciones regionales,

nacionales e internacionales, teniendo como uno de los pilares de sustento la construcción de circuitos de proximidad para los procesos de comercialización, y la valorización de los mercados locales (Perez Cassarino y Duarte Damasco Ferreira, 2013). Entre tanto, los mercados están cada vez más conformados por normas restrictivas establecidas por los propios Estados. Un ejemplo de estas normas puede ser observado en la certificación de la producción orgánica, que es uno de esos mecanismos que coloca dificultades a los agricultores ecológicos (Becker, da Silva y Mielke, 2013).

En Brasil, la certificación de la producción orgánica es regulada por la Ley 10.831/2003 y por la instrucción normativa 19/2009. Estos dispositivos legales establecen tres mecanismos posibles para certificar la calidad orgánica: Organismo de Evaluación de Conformidad (OAC), Organismo Participativo de Evaluación de Conformidad (OPAC) y Organización de Control Social (OCS). El reconocimiento oficial de los sistemas participativos de garantía, representa una conquista de las organizaciones sociales que trabajan con la producción ecológica en Brasil, teniendo inclusive una significativa repercusión internacional (Becker, da Silva y Mielke, 2013, p. 20). (Traducción propia).

Como sugieren Finnatto y Correa (2010), las asociaciones y cooperativas desempeñan una función fundamental que favorece la comercialización de los productos orgánicos procedentes de la agricultura familiar, facilitando la inserción de los agricultores en los mercados locales y regionales, prestando asistencia técnica y promoviendo la realización de cursos. Esto contribuye a la permanencia de los agricultores en este sistema de producción, así como al aumento en la oferta de los productos.

Por otro lado, comprender las formas y los medios por los cuales estos mercados son construidos, desmitifica la idea de que la oferta es formada solamente por los agricultores y su disposición a comercializar. Puesto que, como discuten Schubert y Schneider (2016), también es formada por la disponibilidad de un espacio público, por su organización social y por las articulaciones políticas.

En este sentido, es importante resaltar que cuando el consumidor compra algo, está contribuyendo para financiar la cadena de producción (distribución–comercialización–consumo), de aquel producto, generando impactos económicos, ambientales y sociales, positivos o negativos. Por tanto, escoger qué consumir puede ser entendido como un acto político (Instituto Kairós, 2017). Teniendo en cuenta esto, es necesario entender que nuestras elecciones, a la hora de consumir, no deben ser

comprendidas como un acto individual. Nuestro consumo afecta a la sociedad de la cual somos parte (Régo, 2017).

Circuitos cortos de comercialización y circuitos de comercialización en red

Las formas de comercialización o distribución de productos agroalimentarios que aproximan la producción del consumo, se basan en relaciones solidarias. Así, “El fenómeno de la economía solidaria tiene semejanzas con la economía campesina. En primer lugar, porque las relaciones sociales de producción desarrolladas en los emprendimientos económicos solidarios son distintas de la forma asalariada” (Germany Gaiger, 2003, p. 191) (Traducción propia).

Las estrategias de solidaridad en los procesos de cooperación social que construyen estilos alimentarios (canales de producción, distribución y consumo) equitativos y sostenibles, son una característica de las prácticas de producción y de la forma de vida de los campesinos. La cooperación social es un referente de las estrategias colectivas en la satisfacción de las necesidades básicas. Estas vienen marcadas en el pasado por la confianza, en el presente por el apoyo, y en el futuro por la reciprocidad (Calle Collado *et al.* 2013).

Darolt (2013) señala que la venta directa de productos locales para alimentación es una práctica antigua. Si bien sufrió una transformación radical a partir del siglo xx con la intensificación y especialización agrícola (nuevas tecnologías, mecanización, introducción de agroquímicos y monocultivos).

Actualmente, los sistemas productivos que venden sus productos a través de los circuitos cortos en los mercados locales, proceden mayoritariamente de la agricultura familiar que se caracteriza por una mano de obra familiar encargada de realizar diferentes tareas (producción, transformación, comercialización) con el fin de disminuir costos y agregar valor al producto (Darolt, 2013).

Según algunos autores, como Chaffotte y Chiffolleau (2007) y Darolt (2013) se pueden distinguir dos casos de CCC: la venta directa cuando el productor entrega directamente los productos al consumidor, y la venta indirecta vía un único intermediario, siendo este o bien otro productor, o una cooperativa o una asociación comunitaria (tabla 1).

Tabla 1. Tipología de los circuitos cortos de comercialización (CCC).

Nota: Tomado de *Circuitos Curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores* (M. R. Darolt). 2013.p. 143. En: *Agroecología. Práticas, Mercados e Políticas para uma nova Agricultura*. (P. A. Niederle, L. de Almeida y F. Machado Vezzani. Orgs.). 2013. Kairós. 393p.

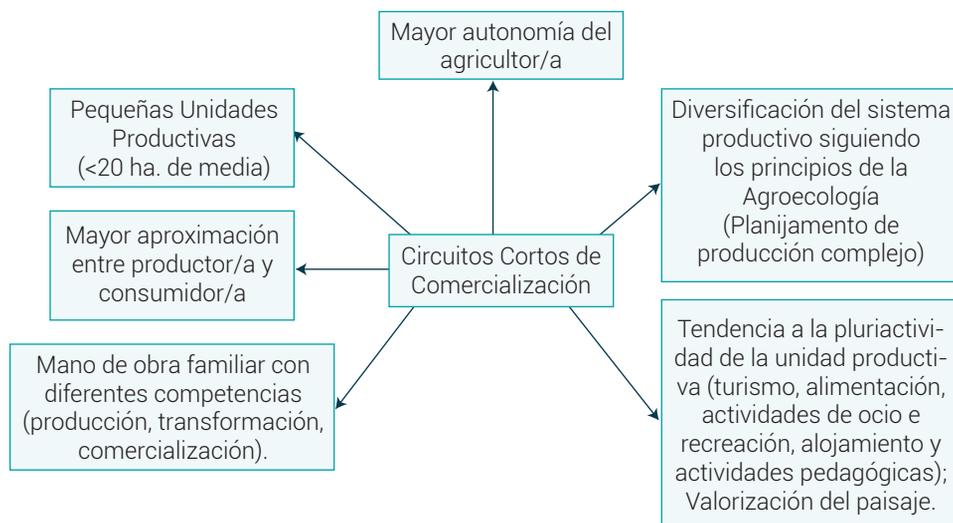
Fuente: adaptado de Chaffotte y Chiffolleau (2007) y Mundler (2008). Traducción propia.

Sin embargo, los CCC pueden ser analizados desde diferentes perspectivas. Para Marsden, Banks y Bristow (como se citó en Cabanes Morote y Gómez López, 2014), existen tres principales tipos de CCC:

- Venta directa (cara a cara): donde la venta la realiza directamente el productor o productora (incluyendo ventas *On line*).
- Por proximidad espacial: comercialización de productos producidos en la misma región.
- Espacialidad extendida: cuando los productos comercializados no son producidos en la misma región, pero existe un conocimiento sobre su valor y significado que aproxima los consumidores a los productores.

Estos CCC además de favorecer la aproximación entre productores y consumidores, también facilitan la inserción de la producción de pequeñas unidades de producción. Allí interactúa la mano de obra familiar en sus diferentes categorías (hombres, mujeres, niños, niñas, ancianos y ancianas), así como la diversificación de los sistemas de producción. Esto da mayor autonomía a las familias agricultoras para desarrollar la pluriactividad, como lo ilustra Darolt (2013) (tabla 2).

Tabla 2. Características de las unidades productivas que trabajan con circuitos cortos de comercialización de alimentos ecológicos.



Fuente: Tomado de "Circuitos Curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores". (M. R. Darolt). 2013.p. 150. En:"Agroecologia. Praticas, Mercados e Políticas para uma nova Agricultura. (P. A. Niederle, L. de Almeida y F. Machado Vezzani. Orgs.). 2013. Kairós. 393p. Traducción propia.

En este contexto, los agricultores para mantenerse en los diferentes canales de comercialización, tienen que adaptarse para atender la demanda de los consumidores en diversidad, cantidad y regularidad, implementando nuevas formas de comercialización como los Circuitos en Redes, que representan uno de los tipos de CCC basados en la espacialidad extendida como ya se mencionó anteriormente.

Una experiencia exitosa de comercialización en red es la Red Ecovida, de Agroecología que actúa en los estados de Rio Grande do Sul, Santa Catarina, y Paraná, localizados en la Región Sur de Brasil. Esta red está permitiendo el intercambio y la circulación de productos entre los estados, además de atender la diversidad, manteniendo regularidad y calidad biológica de los productos, ya que se trabaja exclusivamente con productos certificados de forma participativa (Darolt, 2013).

Otra experiencia importante de comercialización en red se realiza en el noreste paraense (Estado de Pará), en la Región Norte de Brasil. Es un proceso que envuelve el fortalecimiento de acciones del *Núcleo de Estudos em Educação e Agroecologia da Amazônia* (NEA), y de la *Incubadora Tecnológica de Desenvolvimento e Inovação de Cooperativas e Empreendimentos solidários* (INCUBITEC) del IFPA–Campus *Castanhal*, como espacios de construcción, generación y disseminación de conocimientos agroecológicos y de economía solidaria, a través de una acción de comercialización de productos orgánicos entre la *Cooperativa Agropecuária dos Produtores Familiares de Irituia* y el Grupo de Consumo del IFPA Campus *Castanhal* (Chavante, Gonçalves, Freitas, Sousa y Amaral, 2017). Aunque esta red hasta el momento no está enlazando a varios Estados, articula diferentes municipios del Estado teniendo en cuenta que el Estado de Pará es uno de los Estados más grandes del Brasil (casi igual al área del territorio colombiano).

Políticas públicas y Mercado institucional

Como mencionan Caporal y Petersen “Las iniciativas de Políticas públicas que son favorables a una transición agroecológica, hasta el momento, son puntuales y no responden a lo que podríamos entender teóricamente como política pública, aunque sí, como fragmentos aislados de iniciativas incluidas en proyectos y programas” (2012, p. 66) (Traducción propia).

En un contexto donde los sistemas agroalimentarios son dominados por un número cada vez menor y más poderoso de grandes empresas transnacionales, para las cuales los alimentos son una oportunidad más de negocio, generación de lucro, y acumulación de riquezas. Brasil en los años 2011 y 2012, con la construcción del marco de referencia de educación alimentaria y nutricional para las políticas públicas, ingresó en un período de construcción de su agenda pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN) que, como comenta Ferreira de Moura, (2017), posibilitó avances a la protección y la garantía del derecho humano a la alimentación adecuada (DHAA).

Este marco es fruto de una construcción participativa de ciudadanos, profesionales, gestores, representantes de la sociedad civil, profesores y académicos que se dedican al tema, comparten y creen que la Educación Alimentaria y Nutricional contribuye a la realización del Derecho Humano a la Alimentación Adecuada y para la construcción de un Brasil saludable. (Secretaría Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional [SAN], 2012, p. 6).

Si bien este marco de referencia se consolidó entre los años 2011 y 2012; Ferreira de Moura (2017) resalta que, a partir del año 2003, Brasil pasó a ganar notoriedad en lo que se refiere a las políticas de apoyo a la agricultura familiar y promoción de la seguridad alimentaria y nutricional. Esto se logró gracias al surgimiento del Programa Hambre Cero-2003, con la reestructuración del Consejo Nacional de Seguridad Alimentar (Consea) (gestión entre el Estado y la Sociedad Civil) y con la creación de la Cámara Interministerial de Seguridad Alimentaria y Nutricional (Caisan), lo cual incluyó a varios ministerios, con el papel de coordinar la política SAN que promovió el Programa de Adquisición de Alimentos (PAA) y el Programa Nacional de Alimentación Escolar (PNAE). Este último ya tenía una larga trayectoria en las políticas públicas brasileiras. Concretamente en 1995, cuando fue firmado el Decreto 37.106, que instituyó la Campaña de Merienda Escolar (Ferreira de Moura, 2017).

El PAA en el año 2016 benefició a 29 318 familias en todo Brasil. Esas familias están compuestas por un público muy diversificado que incluye a agricultores familiares, *asentados*² de la reforma agraria, silvicultores, acuicultores, extractivistas, pescadores artesanales, comunidades indígenas, integrantes de comunidades remanentes de *quilombos*³ (afrodescendientes) rurales y demás pueblos y comunidades tradicionales (PCTs) que atienden a los requisitos previstos en el artículo 3 de la Ley 11.326, del 24 de julio de 2006 (Compêndio de Estudos Companhia Nacional de Abastecimento [CONAB], 2017).

Sin embargo, a pesar de la importancia del PAA, es notable la preocupación de los agricultores y técnicos sobre la inestabilidad de este mercado. (Finatto y Correa, 2010); teniendo en cuenta todos los procedimientos burocráticos para conseguir hacer parte del Programa. En este sentido, para participar del Programa individualmente, los beneficiarios proveedores deben poseer la Declaración de Aptitud (DAP) del Programa Nacional de Fortalecimiento de la Agricultura Familiar (PRONAF). Ya las organizaciones de agricultores para participar del PAA, además de poseer la DAP al PRONAF, también necesitan otros documentos definidos por el Grupo Gestor del PAA (GPAA). Para la mayor parte de los agricultores familiares, la DAP puede ser obtenida junto a las Instituciones previamente autorizadas entre las cuales se encuentran las entidades oficiales de Asistencia Técnica y Extensión Rural (ATER), o las Federaciones

-
- 2 Trabajadores rurales, sean estos campesinos, afro descendientes o comunidades indígenas que han ocupado o recibido por parte del estado, una parcela para construir sus casas y explotarla para su sustento utilizando exclusivamente la mano de obra familiar.
 - 3 Las comunidades conocidas en Brasil como "*Remanescentes de quilombos*" o "*quilombolas*" son constituidas por los descendientes de esclavos negros africanos que, en el proceso de resistencia a la esclavitud, originaron grupos sociales que ocupan un territorio común y comparten características culturales hasta los días de hoy.

y Confederaciones de Agricultores a través de sus sindicatos (*Associação dos Servidores e Funcionários do Comércio do Brasil/ Ministério de Desenvolvimento Social* [ASCOM/MDS], 2012).

Para públicos específicos, la DAP también puede ser facilitada por otras organizaciones. Entre ellas, la Fundación Nacional del Indio (FUNAI), para poblaciones indígenas; la Fundación Cultural Palmares, para poblaciones de remanentes de *Quilombos*; el Ministerio de Acuicultura y Pesca o la Federación de Pescadores y sus colonias afiliadas, para pescadores artesanales; el Instituto Nacional de Colonización y Reforma Agraria INCRA, para *asentados* de la reforma agraria (ASCOM/MDS, 2012).

Este mercado institucional se puede entender como un consumidor colectivo dentro de un circuito corto de comercialización, considerado también como venta directa al gobierno brasileiro. Así, a través de programas gubernamentales como el PAA y el PNAE, los alimentos de base ecológica son comprados directamente de los agricultores familiares o de las asociaciones y cooperativas de productores que llegan hasta las poblaciones vía entidades de asistencia social del gobierno y escuelas públicas. Son programas que se insertan en las políticas públicas orientadas a la seguridad alimentaria y nutricional. (Darolt, 2013).

La Modalidad de Compra Institucional fue una innovación del Decreto n° 7.775/2012. Su finalidad es garantizar que Estados, Distritos Federales y Municipios, además de órganos federales también puedan comprar alimentos de la agricultura familiar con sus propios recursos financieros, eximiéndose de la licitación, para atendimento de las demandas regulares de consumo de alimentos. Pudiendo ser abastecidos hospitales, cuarteles, presidios, restaurantes universitarios, comedores de guarderías y escuelas, entre otros. (ASCOM/MDS, 2012, p. 22). (Traducción propia).

Algunas experiencias brasileras en la aproximación de productores y consumidores agroecológicos

Un importante y representativo número de familias agricultoras en Brasil, por diversas razones, vienen adoptando los principios agroecológicos en sus unidades de producción. La inserción diferenciada de esas familias, en los mercados, es una necesidad y no apenas una opción, ya que los circuitos convencionales de comercialización subordinan los agricultores a los complejos agroindustriales y a los grandes

conglomerados de alimentos (Becker, et al. 2013). De manera que, en respuesta a esta circunstancia, actualmente la comercialización en circuitos cortos tanto en Brasil como en otros lugares del mundo, viene creciendo de forma significativa.

Una investigación realizada en 2012 por el Instituto Brasileiro de Defensa del Consumidor (IDEC) identificó 140 ferias ecológicas certificadas en 22 de las 27 capitales brasileiras (Darolt et al. 2013).

Además de estas ferias ecológicas certificadas, otras iniciativas se vienen desarrollando en las comunidades con el apoyo de las universidades e Institutos Federales. Así como, instituciones de educación e investigación que, desde la construcción de diversos proyectos, han contribuido a la aproximación de productores y consumidores que hacen realidad la economía solidaria y el comercio justo. Entre estas experiencias cabe mencionar las siguientes.

Comunidad quilombola Mandira en Cananéia/ SP.

Una tesis doctoral en Ciencias titulada "Políticas públicas agroecológicas para comunidades quilombolas: um estudo de caso a partir do território" de la Universidad de São Paulo. Desarrollada durante el período 2011–2014, muestra la evaluación de dos proyectos agroecológicos realizados en la comunidad. Un proyecto orientado al manejo de los recursos marinos y otro orientado al manejo de los sistemas agroforestales. Como muestra Navas da Silva (2014), el proyecto de manejo de recursos marinos proporcionó inicialmente más sostenibilidad a las actividades y agregó valor a partir de la creación de una cooperativa.

Sin embargo, el proyecto de manejo de recursos marinos tuvo indicios de una reducción de la producción para el autoconsumo, así como una mayor dependencia del mercado tanto para la comercialización como para la obtención de alimentos. Diferente resultado tuvo el proyecto de sistemas agroforestales, que proporcionó mayor diversidad de productos tanto para el consumo como para la comercialización. Esta última, realizada en una feria agroecológica, lo que permitió generar más autonomía, renta y una alimentación saludable; este hecho indicó que el enfoque territorial en la acción de políticas públicas agroecológicas puede contribuir a resultados más eficaces y sostenible.

Creación de una asociación de agricultores agroecológicos.

En el municipio de Pelotas, estado de Rio Grande do Sul, la creación de una asociación de agricultores de base ecológica fue fundamental para viabilizar la producción

e impulsar su expansión en el municipio (Finatto y Correa, 2010). Con la consolidación de la iniciativa y la organización de los agricultores surgió la necesidad de transformar la asociación en cooperativa. De acuerdo con los entrevistados, la principal ventaja de esa conversión sería la posibilidad de comercializar los productos para los programas institucionales como el PNAE y el PAA. La asociación, por cuestiones normativas, no podría acceder a este mercado (Finatto y Correa, 2010).

Como mencionan estos autores, además de las asociaciones y cooperativas de agricultores los grupos de investigación y extensión vinculados a la Universidad Federal de Pelotas (UFPel) (tanto de las ciencias agrarias como de las ciencias humanas/sociales), y la Empresa Brasileira de Investigación Agropecuaria (EMBRAPA), también han contribuido en este proceso. Esto demuestra la importante interrelación entre las organizaciones sociales de agricultores, las organizaciones de grupos de consumo consciente, y las Instituciones de educación e investigación.

Esta iniciativa también contribuyó a que el número de ferias-libres, realizadas en Pelotas, se expandiera de forma considerable. Actualmente, existen cuatro puntos de ferias realizadas semanalmente. El precio cobrado por los productos comercializados en la feria-libre ecológica es prácticamente el mismo de aquel existente en la feria convencional, favoreciendo el acceso de la población de menor poder adquisitivo (Finatto y Correa, 2010).

Cooperativa Coofeliz.

En el municipio de Espera Feliz, Estado de Minas Gerais, se creó la cooperativa (Coofeliz) en 2006 con el objetivo de promover la comercialización de los agricultores familiares locales que, hasta entonces, era realizada por la Asociación Intermunicipal de la Agricultura Familiar (Asimaf) (Gomes da Silva y Gomes Amorim Junior, 2013).

Estos agricultores hicieron una innovación muy interesante denominada "Vale solidario", a partir de las dificultades que habían presentado para recibir el pago por los productos entregados para la venta a programas gubernamentales. Esta situación se presenta porque existe una serie de procedimientos (emisión de nota fiscal, presentación de cuentas y finalmente la liberación de los recursos) que afecta el tiempo de pago a los agricultores, el cual reciben partir de 30 a 60 días después de la entrega de los productos.

Para garantizar la viabilidad del movimiento económico, la Coofeliz creó en 2011 el "Vale solidario" que funciona de la siguiente manera: el agricultor entrega su producto y recibe una nota con la relación del valor de los productos entregados. El vale solidario es elaborado en ese valor, que puede ser sacado en determinada

fecha en la cooperativa de crédito o repasado por el agricultor como moneda en uno de los comercios adheridos al convenio (Finatto y Correa, 2010). Algunos de ellos son supermercados, tiendas de ropas, tienda de materiales de construcción, gasolineras, farmacias, tiendas de productos agrícolas, papelerías y panaderías. El caso de Espera Feliz es emblemático para comprobar que el mercado es un proceso de construcción social.

Sociedade Cooperativa Motirão.

En el litoral del estado de Paraná (Sur de Brasil), a través del proyecto "Redes de comercialización: Consolidando vínculos entre agricultores y consumidores de productos Agroecológicos", se han desarrollado actividades relacionadas con el estímulo de la agricultura familiar y agroecológica. Así como, su relación con los ciudadanos urbanos a través de formas diferenciadas de interacción no centradas solamente en el aspecto mercantil. Estas actividades persiguen estimular la construcción de lazos solidarios entre los habitantes de las ciudades y del campo.

Este proyecto que dio sus primeros pasos en el año 2011. Tres años más tarde ya había alcanzado una serie de conquistas como la consolidación de varias ferias en el litoral paranaense. Entre ellas, la Feria en *Matinhos*, la Feria del productor en *Morretes* y la Feria de *Antonina* que son formas de comercialización directa (Sociedade Cooperativa Motirão, 2014).

Grupo de Consumo Rede Moinho.

Según Régo (2017) a *RedeMoinho* es un grupo de consumo responsable que está localizado, desde el año 2008, en Salvador capital del Estado de Bahía. Su principal objetivo es articular la producción y el consumo, liberando a las personas del comercio de intermediarios a través de la comercialización e incremento de valor vía manipulación y transformación de productos obtenidos mediante una producción socialmente justa, ambientalmente sostenible y biológicamente saludable. Todo ello, teniendo como fin la mejora de la calidad de los productos, principalmente alimentos, y de los precios de esos productos; además de las facilidades en su abastecimiento.

Comercialización Solidaria SISCOS.

En *Alta Floresta*, estado de *Mato Grosso*, el Instituto *Ouro Verde*, entidad de apoyo responsable por la estructuración del Sistema de Comercialización Solidaria (SISCOS)

busca la aproximación entre los dos actores principales del proceso de comercialización como son el productor y el consumidor (Paglioco y Alves, 2017).

Como mencionan los anteriores autores, el SISCOS tuvo como enfoque contribuir para mejorar la renta de los agricultores familiares a partir de la venta de productos diversificados, frescos, libres de agro tóxicos y con precios accesibles. Con 27 unidades de producción vinculadas y aproximadamente 200 consumidores asociados, los principales productos comercializados son las hortalizas, frutas, huevos, lácteos, panes y dulces.

"¿Qué tipo de consumo queremos inducir?" Esta pregunta está siempre presente en las reuniones y encuentros de los grupos que pertenecen al SISCOS. Su objetivo es reflexionar sobre la marcha del grupo, ya que envuelve una acción de contraflujo al consumismo. (Paglioco y Alves, 2017).

Red Ecológica.

La Red Ecológica es un grupo de consumo responsable de Rio de Janeiro. Inició sus actividades a partir del 2001 y tuvo como referencia una asociación de consumidores pionera en el Brasil, la Coonatura (Bensadon y Langenbach, 2017). Actualmente, la Red Ecológica funciona en once núcleos de la ciudad de Rio de Janeiro (zonas Sur, Norte y Oeste), además de otras ciudades como *Itaipava (Petrópolis y Teresópolis)*, *Niterói* y *Nova Iguaçu*. En los últimos cuatro años expandió su presencia de compras colectivas, también en ferias. Igualmente, se insertó en el movimiento social agroecológico, participando de la gestión del *Conselho de Segurança Alimentar* (Consea-Rio), además de integrar la Campaña contra los Agrotóxicos, la Articulación de Agroecología en Rio de Janeiro, la Red Carioca de Agricultura Urbana y la Red Brasileira de Grupos de Consumo Responsable (Bensadon y Langenbach, 2017).

Región Metropolitana de Belém.

Si bien, en la región Norte del país, estos movimientos tardaron más tiempo en manifestarse, en la región metropolitana de Belém, ubicada en la Amazonía paraense, se desarrollan actualmente varias experiencias. Entre estas se pueden resaltar las ferias de productos orgánicos en la ciudad de Belém (*Pará Orgânico*), que desde el año 2003, realizan ferias (mercados) todas las semanas en tres puntos diferentes de la ciudad: *Praça Batista Campos*, *Praça Brasil* y *Shopping Grão Pará*. En estos mercados se encuentran variedad de productos como frutas, vegetales, granos, semillas, cereales, miel, gallina criolla, huevos, condimentos, hierbas, abonos, entre otros.

Los productores que participan son agricultores de los municipios de *Ananindeua*, *Marituba*, *Santa Bárbara*, *Santa Luzia*, *Santo Antônio do Tauá* y *São João de Pirabas*, que conforman la *Associação Pará Orgânico*.

También actúa el Grupo para el Consumo Agroecológico (GRUCA), resultado de una experiencia académica surgida en el año 2014 dentro del curso de Especialización en *Agricultura Familiar e Desenvolvimento Agroambiental na Amazônia*, del Núcleo de *Ciências Agrárias e Desenvolvimento Rural* (NCADR) de la *Universidade Federal do Pará* (UFPA), que con la consolidación de un grupo de consumo (GRUCA), hacen sus pedidos con anticipación a agricultores agroecológicos, y dividen los costos de transporte, además de desarrollar otras actividades como visitar a los productores y compartir informaciones sobre el proceso productivo (Gonzaga, Guerra y Rocha, 2016).

Esta región también viene trabajando con las Comunidades que Sustentan la Agricultura (CSA), a través de la *CSA-landê*. Conformada en el año 2018, es la primera CSA consolidada en la Amazonía paraense, donde productores de la *Ecovila-landê* abastecen cada semana a sus coagricultores (consumidores conscientes organizados) en la ciudad de Belém. En este movimiento los gastos de transporte y las diferentes tareas de logística son divididos entre los miembros que conforman la CSA (productores-agricultores y consumidores-co-agricultores).

Contribución de las organizaciones de familias agricultoras de base ecológica

Una de las formas más importante de organización de las familias agricultoras son las asociaciones y cooperativas que llevan a las ciudades productos alimenticios saludables a precios accesibles, a través de las ferias libres, ferias agroecológicas o mercados de orgánicos.

El IDEC lanzó en 2012 el mapa oficial de las ferias orgánicas presentes en Brasil a través de un aplicativo fruto de la campaña "Brasil Saludable y Sustentable", en convenio con el Ministerio de Desarrollo Social (MDS). Estas Ferias Orgánicas se extienden significativamente por todo el territorio nacional, y es uno de los escenarios más importantes de aproximación entre productores y consumidores que construyen formas sostenibles de producción y formas saludables y respetuosas de consumo. Entre tanto, es importante tener en cuenta que cada una de estas ferias ha tenido procesos y desafíos diferentes.

Algunas ferias por ejemplo, han conseguido la certificación de sus productos o la obtención del sello orgánico a través de certificadoras (auditorías) y otras a través

de los Sistemas Participativos de Garantía (SPG), que se construyen a lo largo de un camino hecho de lazos de confianza entre los actores vinculados como son los agricultores, y la comunidad en general (Figura 1).

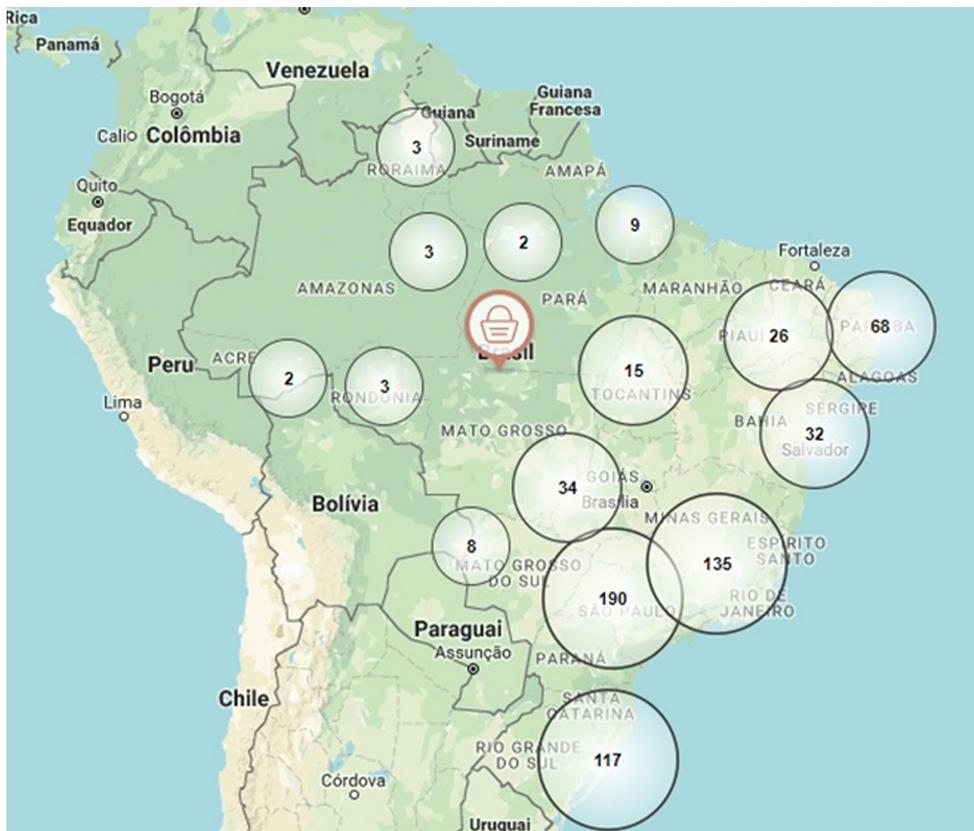


Figura 1. Imagen del mapa de las Ferias Orgánicas en el Brasil.

Fuente: tomado de Instituto Brasileiro de Defesa al Consumidor (IDEC). <https://feirasorganicas.org.br/>

Contribución de los Grupos de Consumo Responsable (GCRs) y la consolidación de la Red Brasileira de Grupos de Consumo Responsable

El origen de los GCRs remite a las cooperativas de consumo que surgieron en Europa a partir del inicio del siglo XIX inspiradas por los socialistas utópicos, como Robert Owen y otros (Singer, 2002). El nacimiento de esos grupos es, por tanto, más antiguo que las actuales estructuras convencionales como son los supermercados y *shopping centers* (Gonçalves y Mascarenhas, 2017).

Sin embargo, la distancia cada vez mayor entre productores y consumidores, la preocupación con lo que va a la mesa y con el origen de lo que se come, son factores que han motivado a los ciudadanos de todo el mundo para la consolidación de grupos de consumo responsable (GCRs). En palabras de Gonçalves y Mascarenhas (2017), estas iniciativas tienen como propósito generar alternativas a los circuitos alargados de abastecimiento alimentario.

En los años 2011, 2013 y 2015 fueron realizados respectivamente, el I, II y III Encuentro Nacional de GCRs, apoyado por el Instituto Kairós. Fue a partir del primer encuentro en 2011, fundamentado en el principio de autogestión, que emergió la Red Brasileira de Grupos de Consumo Responsable (Gonçalves y Mascarenhas, 2017).

Los GCRs ofrecen una alternativa de comercialización que garantiza un determinado volumen de ventas, facilita la logística y busca practicar el precio justo, además de establecer una relación de confianza que puede revocar la certificación formal (Scarpa Bensadon, Silva Mascarenhas y Gonçalves, 2016).

En una sistematización hecha por el instituto Kairós y publicado en el año 2014 fueron identificados dieciocho (18) GCRs (tabla 3).

Tabla 3. Datos generales sobre los Grupos de Consumo Responsable en actividad, miembros de la Red, hasta el año 2014.

	Grupo de Consumo Responsable	Ciudad	Estado	Región	Año de Inicio	Número de consumidores	Número de productores
1	MICC – Movimento de Integração Campo Cidade	São Paulo			1986	750	5
2	ComerAtivaMente Cooperativa de Consumo				2007	17	3
3	Rede Guandu	Piracicaba			2007	30	22
4	Direto da roça				2012	30	1
5	Coletivo Trocas verdes	Campinas			2007	80	10
6	Consumo Consciente ABC	São Bernardo do Campo	SP		2012	80	12
7	Coletivo de Consumo Rural Urbano	Diadema		SE	2014	60	4
8	Rede Agroecológica Caiçara	Ubatuba			2013	30	26
9	RECORE – Rede de Consumo Responsável de Limeira	Limeira			2013	7	5
10	Rede Terra Viva	Belo Horizonte	MG		2007	25	25
11	Rede Raízes da Mata	Viçosa			2011	35	46
12	Rede Ecológica	Rio de Janeiro	RJ		2001	97	18

(continúa)

(viene)

	Grupo de Consumo Responsable	Ciudad	Estado	Región	Año de Inicio	Número de consumidores	Número de productores
13	RedeMoinho – Cooperativa de Comércio Justo e Solidário	Salvador	BA	NE	2006	20	19
14	Grupo de Consumidores responsáveis de Benfica	Fortaleza	CE		2010	0	30
15	Compras Coletivas Ecosolidárias	Florianópolis	SC	S	2006	80	25
16	Sistema de Comercialização Solidária SISCOS	Alta Floresta e Carlinda	MT	CO	2009	200	30
17	Rede Tapiri de Comercialização Solidária	Manaus	AM	N	2007	168	42
18	CSA Brasil	Vários	Vários	Vários	2011	--	--
TOTAL						1710	323

Fuente: Adaptado de *Instituto Kairós* (2014) En: "A atuação dos Grupos de Consumo Responsável no Brasil: Expressões de práticas de resistência e Intercâmbios em rede". (L. Scarpa Bensadon, T. Silva Mascarenhas y J. Gonçalves) 2016. *Revista Antropolítica*, n. 41, Niterói, p.205-232.

La mayor parte de consumidores vinculados a estas iniciativas pertenecen a la clase media. Las experiencias que envuelven a los consumidores de clases populares merecen ser destacadas como son el caso del Movimiento de Integración Campo Ciudad (MICC), el Colectivo de Consumo Rural Urbano (CCRU) y la Red Tapiri (Mascarenhas y Gonçalves, 2017). En la tabla 2 se muestra la actualización de esta información, hecha por el Instituto Kairós hasta el año 2017, donde se registran 25 GCRs en la Red Brasileira de Grupos de Consumo Responsable.

Tabla 4. Grupos de Consumo Responsable (GCR), miembros de la Red de Grupos de Consumo Responsable de Brasil (2017)

NOMBRE DEL GCRs	
1	CantaSol
2	Coletivo de Consumo Rural Urbano (CCRU)
3	Coletivo de Consumo Rural Urbano – Solidariedade Orgânica (CCRU-SOLO)
4	Coletivo Trocas Verdes
5	ComerAtivamente
6	Compras Coletivas Ecosolidárias
7	Consumo Consciente ABC
8	CSA São Carlos
9	Direto da Roça
10	Feira Virtual – Associação Bem da Terra

(continúa)

(viene)

NOMBRE DEL GCRs	
11	Grupo de Consumidores Responsáveis de Benfica
12	Grupo de Consumo Responsável Tapiri
13	Grupo de Integração Agroecológica (GIA)
14	MICC
15	Projeto Cala-boca já morreu
16	Rede Moinho
17	Rede Agroecológica de São Carlos
18	Rede Agroecológica Caiçara
19	Rede Ecológica
20	Rede Guandu
21	Rede Raízes da Mata
22	Rede Terra Viva
23	Rede Trem Bão
24	Sistema de Comercialização Solidária (SISCOS)
25	Uilikandé

Fuente: Adaptado de "A organização coletiva dos grupos de consumo responsável". En: "Consumo Responsável em Ação: Tecendo relações solidárias entre o campo e a cidade" (J. R. Gonçalves y T. S. Mascarenhas). 2017. Instituto Kairós. 218p.

Comparando los datos presentados por el Instituto Kairós en 2014, se ve cómo los GCRs han conseguido mantenerse superando los numerosos desafíos y dificultades. En la tabla 4 se muestran veinte cinco (25) GCRs, donde a partir de los dieciocho (18) registrados para el año 2014, dos (2) grupos pararon sus actividades y en compensación, nueve (9) grupos se vincularon a la Red.

Sin embargo, es importante resaltar que no todas las iniciativas, que se han consolidado en el territorio brasileiro, se han incluido o registrado en la Red Brasileira de GCRs. Este es el caso de las experiencias desarrolladas en el litoral paranaense, entre ellas, el Grupo de Consumidores de *Matinhos*, así como las experiencias ocurridas en la Amazonía Paraense, como por ejemplo el grupo para el consumo agroecológico GRUCA.

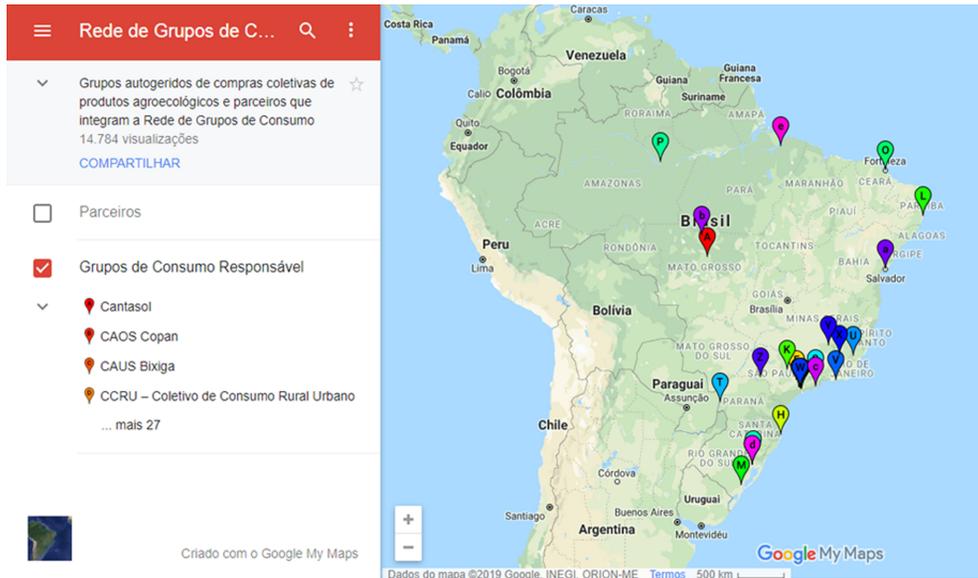


Figura 2. Imagen del mapa de los Grupos de Consumo Responsable GCRs en Brasil.
Fuente: tomado de Rede de Grupos de Consumo BRASIL <https://praticasalternativas.org.br/pratica/rede-brasileira-de-grupos-de-consumo-responsavel/>

Comunidades que Sustentan la Agricultura (CSA)

Las Comunidades que Sustentan la Agricultura, es un movimiento que se gesta desde las *Teikis* en Japón, en los años sesenta y que fue dispersando-se por diferentes lugares del mundo como *Community Supported Agriculture* CSA, que tienen como principios las alianzas entre agricultores ecológicos o en transición agroecológica, y grupos de consumo consciente, en la cual responsabilidades, riesgos y beneficios de la agricultura, pasa a ser compartidos; de esta forma, los consumidores se tornan co-agricultores.

Existen actualmente cerca de 100 CSA en Brasil, 24 de ellas están localizadas en el Distrito Federal. Como se observa en el mapa de las CSA en Brasil (figura 3), el encuentro de agricultores agroecológicos organizados, junto con la participación de los GCRs, vienen consolidando en los últimos años varias CSA en todo el territorio nacional.



Figura 3. Imagen del mapa de las Comunidades que Sustentan la Agricultura en el Brasil.

Fuente: tomado de CSA BRASIL <http://www.csabrasil.org/csa/blog/>

Formas de relacionamiento Campo- Ciudad

Todas estas experiencias en circuitos cortos de comercialización entre agricultores familiares e grupos de consumidores conscientes o responsables, son una muestra de las diferentes iniciativas desarrolladas en el territorio brasileiro, impulsadas principalmente por cooperativas, asociaciones, centros educativos y de investigación, así como diferentes organizaciones sociales como los grupos de consumo responsable (GCR). Se promueve así la aproximación entre la producción agrícola de base ecológica y el consumo responsable, orientada dentro de los principios cooperativos y solidarios de la economía social.

De esta forma, se observa a través del análisis de las diferentes bases de datos, como la organización de familias agricultoras forman asociaciones que actúan en las diferentes ferias libres, ferias agroecológicas o mercados orgánicos, permitiendo el acceso a productos alimenticios saludables, a la población en general, a precios justos. Por otro lado, la preocupación de los ciudadanos con lo que va a la mesa y el origen de lo que se come, viene articulando la organización de los grupos de consumo responsables, que han permitido una comercialización más estable y segura, a los agricultores familiares. Teniendo en cuenta que las compras a través de los grupos de consumo se hacen de forma anticipada, garantizando la compra de todos

los productos transportados hasta el lugar de entrega. También los GCR, además de hacer las compras colectivas, interactúan con las áreas de producción, por medio de visitas, encuentros educativos y recreativos, con las familias agricultoras y demás consumidores miembros. Construyendo alianzas de conocimiento y confianza.

Lo que se puede observar aquí en el territorio brasileiro, y posiblemente en otros lugares del mundo, es que los lazos de relacionamiento, construidos entre familias agricultoras de base agroecológica, y los grupos de consumo responsables, dieron como resultado la adopción de los principios propuestos por las comunidades que sustentan la agricultura CSA, que tienen como principios, la ayuda mutua, la diversificación de la producción y las relaciones de amistad, entre otras cosas, que permiten pasar "de la cultura del precio para la cultura del aprecio" a través de alianzas entre agricultores ecológicos e consumidores conscientes, en la cual, responsabilidades, riesgos y beneficios de los procesos agroecológicos, pasan a ser compartidos y los consumidores se tornan coagricultores.

Las CSA, como movimiento mundial, viene actuando con fuerza desde los años ochenta para formar conexiones entre agricultores agroecológicos y consumidores organizados que forman asociaciones donde los riesgos y beneficios de la producción de alimentos son divididos en colectivo. *URGENCI* es la red que representa la comunidad internacional que sustenta la Agricultura. con grupos consolidados en diferentes lugares del mundo, promoviendo relaciones económicas alternativas llamadas "alianzas locales", que se basan en la solidaridad entre productores agroecológicos y consumidores conscientes (Urgenci, 2019).

El concepto de Comunidad que sustenta la Agricultura o *Community Supported Agriculture* denominada CSA, promueve prácticas orientadas al desarrollo agrario sostenible y la distribución de productos agroalimentarios sin agro tóxicos de forma directa al consumidor, creando una relación próxima entre quien produce y quien consume los productos (CSA BRASIL, 2019).

Cada CSA tiene sus propias características, sin embargo, el modelo de relacionarse tiene como principios el trabajo conjunto entre productores de alimentos orgánicos y consumidores conscientes que se comprometen por un año (en general) a cubrir los gastos anuales de producción agrícola. En contrapartida, los consumidores reciben los alimentos sabiendo quién y cómo son producidos, sin costos adicionales. De esta forma el productor sin presión del mercado y de la fluctuación de los precios, se dedica de forma libre a su producción.

El objetivo con la creación de estos grupos a nivel global, es generar una nueva cultura de relacionamiento; como dice el lema de las CSA-Brasil "*da cultura do preço para a cultura do apreço*" pasando de la cultura del precio, a la cultura del aprecio.

Es importante resaltar que la mayoría de estas iniciativas, están vinculadas o relacionadas con los Grupos de Consumo Responsable (GCRs) que han mostrado un importante papel en la aproximación del campo y la ciudad.

Conclusiones

Las experiencias desarrolladas en Brasil muestran el potencial de los CCC como dinamizadores de la economía local, aproximan el consumidor al productor y promueven relaciones comerciales más justas. También cómo las diferentes formas de organización social como es el caso de las cooperativas y asociaciones, constituyen la base que viene sosteniendo estos procesos de economía solidaria. En palabras de Cabanes Morote y Gómez López (2014), la economía social y sus agentes principales, las cooperativas, cuentan con interesantes capacidades para generar cambios en pro del bienestar de los territorios, pero estas oportunidades deben enfrentarse de forma estratégica, coordinada, y compartida, a partir de redes de comunicación e intercambio de experiencias que enriquezcan este proceso de cambio sociopolítico y económico.

En el caso de Brasil, las experiencias nos muestran cómo las asociaciones han sido una herramienta eficaz a la hora de consolidar organizaciones comunitarias reconocidas legalmente, consiguiendo beneficios comunes por medio de acciones colectivas. Sin embargo, las asociaciones son enfocadas en la defensa de intereses específicos, sin fines de lucro. Por esta razón, en las iniciativas de organizaciones comunitarias para comercialización de productos agroalimentarios, el cooperativismo es la mejor opción, ya que les permite unir fuerza para atender el desarrollo financiero, económico y social de la comunidad.

Así, muchas organizaciones comunitarias han dado sus primeros pasos en forma de asociaciones, donde a través de la práctica y el ejercicio han aprendido a desarrollar la cultura organizacional. En el caso de emprendimientos agroalimentarios de familias agricultoras, las asociaciones han generado apoyo a la seguridad y soberanía alimentaria por medio de la producción para el autoconsumo, acto que le brinda a las comunidades rurales, autonomía y bien estar. Entre tanto, cuando estas experiencias van avanzando en las técnicas de organización y producción, consiguiendo producir más de lo que se consumen, creando la posibilidad de comercializar productos, las asociaciones se transforman en cooperativas.

En cuanto a los sistemas participativos de certificación, si bien este mecanismo favorece a los agricultores, evitando pagar los altos costos que trae la certificación por auditoría; los órganos fiscalizadores deben mantener actualizado el registro nacional de actividades productivas del *Ministério da Agricultura, Pecuária*

e *Abastecimento* (MAPA), siendo una de las exigencias en la normativa orgánica de Brasil, que evidentemente dificulta el proceso de certificación orgánica de los agricultores familiares, ya que son actividades complejas para los pequeños productores, que además de tener en algunos casos, una escasa capacitación relacionada con la correcta elaboración de esos documentos.

Por este motivo, es necesario un mayor acompañamiento por parte de las entidades de asistencia técnica con relación a los registros y documentación de las actividades de producción orgánica; mostrando a los productores sobre la importancia de estos registros y cómo pueden ser convertidas en una actividad simple.

Esto principalmente con las comunidades que trabajan o tienen interés de trabajar con los mercados institucionales o gubernamentales, o con otros canales de comercialización donde se hace necesario el sello de producción orgánica. También se encuentran las comunidades que sustentan la agricultura CSA que trabajan con ferias libres y grupos de consumo responsable que interactúan directamente con las unidades de producción, haciendo que este requisito de llevar un sello que garantice que el producto es orgánico, no sea indispensable, gracias a las relaciones de confianza construidas y al intercambio permanente de experiencias, conocimientos, beneficios y responsabilidades.

Del lado de los consumidores, es necesario incidir en la educación y movilización para un consumo más consciente y responsable, contribuyendo en los procesos de desarrollo rural sostenible que envuelve no solo los modos de producción de base ecológica sino también, la construcción social de los mercados y la construcción de nuevas relaciones entre producción y consumo, enfrentando la desafiadora cuestión de la certificación de productos y evitando la larga cadena de intermediarios que vienen dificultando el vínculo entre la ciudad y el campo.

En este orden de ideas, es preciso resaltar la importancia de los procesos agroecológicos que se vienen consolidando desde la agricultura familiar y los diferentes grupos de estudio y de consumo responsable, que respetan el saber popular y buscan integrarlo con el conocimiento científico para dar lugar a la construcción de nuevos saberes socio ambientales, alimentando así, permanentemente, el proceso de transición agroecológica; y como elemento fundamental en esta construcción, y de mucha relevancia el fortalecimiento de los mecanismos de comercialización a través de circuitos cortos y/o redes de comercialización organizada por productores y consumidores que impulsa la construcción social de los mercados y que garanten que estas actividades además de ser socialmente justas, sean económicamente viables; y de esta forma continuar trabajando en el concepto de comunidades que sustentan la agricultura.

Referencias

- Andrade, D. P. (2016). *Ação coletiva de agroextrativistas em circuitos curtos de comercialização de produtos do cerrado: estudo de caso em Pirenópolis – GO*. (Dissertação de Mestrado em Agronegócio). Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, Universidade de Brasília. Brasília, Brasil. <https://core.ac.uk/download/pdf/80745896.pdf>
- Associação dos Servidores e Funcionários do Comércio do Brasil / Ministério de Desenvolvimento Social ASCOM/MDS. (2012). *Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar (PAA): Renda para quem produz e comida na mesa de quem precisa*. <http://www.mds.gov.br/sagi>
- Becker, C.; da Silva A. F. e Mielke de Medeiros, P. (2013). Inovação e controle social na produção e comercialização de alimentos ecológicos: institucionalizando a confiança? *Revista Agriculturas: Experiências em Agroecologia/Construção Social dos mercados*. 10(2), 18–21 <http://aspta.org.br/revista/v10-n2-construcao-social-dos-mercados/>
- Bensadon, L. S. e Langenbach, M. (2017). Fomentando novos grupos de consumo responsável: a experiência do curso da Rede Ecológica no Rio de Janeiro. En Rodrigues Gonçalves, J. y Silva Mascarenhas, T. (2017). *Consumo Responsável em Ação: Tecendo relações solidárias entre o campo e a cidade*. (pp. 110 – 117). São Pablo, Brasil: Editorial Kairós.
- Boaventura de Souza Santos. (2002). *Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33176109/boaventura_de_souza_santos_-_produzir_para_viver.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1552957365&Signature=cUmSb%2FtKBTYI-BBdn9gTvLTDUSo%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DBoaventura_de_souza_santos_-_produzir_pa.pdf
- Cabanes, M. y Gómez López, J. D. (2014). Economía social y Soberanía Alimentaria. Aportaciones de las cooperativas y asociaciones agroecológicas de producción y consumo al bienestar de los territorios. CIRIEC – España. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (82), 127–154. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/45086/1/2014_Cabanes_Gomez_CIRIEC.pdf
- Caporal, F. R. e Petersen, P. (2012). Agroecología e políticas públicas na América Latina: O caso do Brasil. *Agroecología* (6), 63-74. <https://revistas.um.es/agroecologia/article/view/160681/140551>
- Calle Collado, Á., Gallar, D. y Candón, J. (2013). Agroecología política: la transición social hacia sistemas agroalimentarios sustentables. *Revista de Economía Crítica*, (16), 244–277. http://revistaeconomiacritica.org/sites/default/files/08_ColladoGallarCandon.pdf

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (2014). Agricultura familiar y circuitos cortos. *Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición*. ONU. Santiago de Chile. http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36832/s2014307_es.pdf?sequence=1
- Chaffotte, L. et Chiffolleau, Y. (2007). *Vente directe et circuits courts: évaluations, définitions et typologie*. Cahiers de l'Observatoire CROC, Montpellier. http://pm22100.net/docs/pdf/04_CC_VD/130128_Cahier_de_l_Obs1-INTERNET.pdf
- Compêndio de Estudos Companhia Nacional de Abastecimento CONAB. (2017). *Programa de Aquisição de Alimentos-PAA: Resultados das Ações da Conab em 2016*. Brasília DF: Conab Companhia Nacional de Abastecimento. <https://www.conab.gov.br/institucional/publicacoes/compendio-de-estudos-da-conab?start=10>
- Chavante, B. S., Gonçalves, M. L., Freitas, C.G., Sousa, R. e Amaral, W. R. (2017). *Encurtando caminhos entre produtores e consumidores: Ação teste de comercialização de produtos orgânicos no nordeste paraense*. Castanhal: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará IFPA–Campus Castanhal/Núcleo de Estudos em Educação e Agroecologia da Amazônia NEA.
- CSA BRASIL (2019). Comunidades que Sustentam a Agricultura–Brasil. <http://www.csabrasil.org/csa/>
- Darolt, M. R. (2013). Circuitos Curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. En Niederle, P. A.; Almeida, L. y Machado Vezzani, F. (Orgs). *Agroecologia: Práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura*. (pp. 139 - 170). Curitiba: Kairós. <http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2013/07/AGROECOLOGIA-praticas-mercados-e-politicas.pdf>
- Darolt, M. R., Lamine, C. e Brandenburg, A. (2013). A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. *Revista Agriculturas: Experiências em Agroecologia/Construção Social dos mercados*. (2), 8-13. <http://aspta.org.br/revista/v10-n2-construcao-social-dos-mercados/>
- Ferreira de Moura, I. (2017). Antecedentes e aspectos fundantes da agroecologia e da produção orgânica na agenda das políticas públicas no Brasil. En Sambuichi R. H., Ferreira de Moura, I., Mansor de Mattos, L., de Ávila, M. L., Campos Spinola, P. A. y Moreira da Silva, A. P. (Orgs.). *Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica no Brasil: Uma trajetória de luta pelo desenvolvimento rural sustentável*. (pp. 25-51). Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA).

- Finatto, R. A. e Corrêa, W. K. (2010). Desafios e perspectivas para a comercialização de produtos de base agroecológica: O caso do município de Pelotas/RS. *Revista Brasileira de Agroecologia*, 5(1), 95–105. <http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/rbagroecologia/article/view/9669>
- Germany Gaiger, L. I. (2003). A economia solidaria diante do modo de produção capitalista. *Revista quadrimestral de Ciências Sociais do Centro de Estudos e Pesquisas em Humanidades da Universidade Federal da Bahia. Caderno CRH*. (39), 181 – 211. <https://portalseer.ufba.br/index.php/crh/article/view/18642/12016>
- Giehl Zanetti von Dentz, B. e Bender, P. M. (2016). Um novo olhar sobre a definição de circuitos curtos de produção e comercialização: situações na região da Grande Florianópolis. *Campo – Território: Revista de Geografia Agrária*, 11(24), 156–172. <http://www.seer.ufu.br/index.php/campoterritorio/article/view/34055>
- Gomes da Silva, M. y Gomes Amorim Junior, P. (2013). Inovações organizacionais para a construção de mercados locais e solidários em Espera Feliz (MG). *Revista Agriculturas: Experiências em Agroecologia/Construção Social dos Mercados*. 10(2), 14 – 17. <http://aspta.org.br/revista/v10-n2-construcao-social-dos-mercados/>
- Gonçalves, J. e Mascarenhas, T. (2017). As várias faces do sistema alimentar e a experiência da Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável. En: Rodrigues Gonçalves, J. y Silva Mascarenhas, T. (Orgs.). *Consumo Responsável em Açã: Tecendo relações solidários entre o campo e a cidade*. (pp. 71–87). São Paulo: Kairós.
- Gonzaga, N., Guerra, G. e Rocha, A. (2016). GRUCA (Grupo para Consumo Agroecológico): auto-gestão e cooperação entre consumidores e produtores da Feira Orgânica de Belém e do Assentamento Mártires de Abril (Mosqueiro – Belém – Pará). *Cadernos de Agroecologia*, 10(3). <http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/cad/article/view/17381>
- González Calo, I., Giménez, T., Ramos R. y Renting, H. (2012). Circuitos cortos de comercialización en Andalucía: un análisis exploratorio. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*. (232), 193–227. <https://ageconsearch.umn.edu/record/187169/>
- González de Molina, M. y Caporal, F. R. (2013). Agroecología y política. Como conseguir la sustentabilidad? Sobre la necesidad de una agroecología política. *Agroecología*, 8(2), 35–43. <https://revistas.um.es/agroecologia/article/view/212171/168391>
- Guzzatti, C. T., Sampaio, C. A. e Turnes, V. A. (2014). Novas relações entre agricultores familiares e consumidores: perspectivas recentes no Brasil e na França. *Organizações Rurais e*

Agroindustriais, 16(3), 363–375. Universidade Federal de Lavras (MG). <http://200.131.250.22/revistadae/index.php/ora/article/view/852/453>

Instituto Kairós. (2017). Apresentação. En Rodrigues Gonçalves, J. y Silva Mascarenhas, T. (Orgs.). *Consumo Responsável em Ação: Tecendo relações solidárias entre o campo e a cidade*. (pp. 16–21). São Paulo: Kairós.

Mascarenhas, T. e Gonçalves, J. (2017). Fome de mudança: os desafios da alimentação saudável e de sua democratização. En: Rodrigues Gonçalves, J. y Silva Mascarenhas, T. (Orgs.). *Consumo Responsável em Ação: Tecendo relações solidárias entre o campo e a cidade*. (pp. 27–42). São Paulo: Kairós.

Navas da Silva, R. (2014). *Políticas públicas agroecológicas para comunidades quilombolas: um estudo de caso a partir do território. Piracicaba, São Paulo, Brasil*. (Tese de doutorado em Ciências. Área de concentração: Ecologia Aplicada). Universidade de São Paulo. Escola Superior de Agricultura “Luiz de Quiroz” Centro de Energia Nuclear na Agricultura. São Paulo, Brasil. <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/91/91131/tde-06102014-160842/en.php>

Paglioco Nava, A. O. e Alves S. Olival, A. (2017). Integração produtores e consumidores: uma nova relação de consumo / A experiência do SISCOS na Amazônia Mato – grossense. En: Rodrigues Gonçalves, J. y Silva Mascarenhas, T. (Orgs.). *Consumo Responsável em Ação: Tecendo relações solidárias entre o campo e a cidade*. (pp. 100–109). São Paulo: Kairós.

Perez Cassarino, J. e Duarte Damasco Ferreira, A. (2013). Agroecologia, construção social de mercados e a constituição de sistemas agroalimentares alternativos: uma leitura a partir da rede ecovida de agroecologia. En Niederle, P. A., Almeida, L. y Machado Vezzani, F. (Orgs.). *Agroecologia: Práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura*. (pp. 171 - 214). Curitiba: Kairós. <http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2013/07/AGROECOLOGIA-praticas-mercados-e-politicas.pdf>

Régo, D. (2017). O contexto brasileiro da produção ao consumo e uma experiência baiana que constrói alternativas. En: Rodrigues Gonçalves, J. y Silva Mascarenhas, T. (Orgs.). *Consumo Responsável em Ação: Tecendo relações solidárias entre o campo e a cidade*. (pp. 100–109). São Paulo: Kairós.

Resende de Melo, D. (2017). *Ações voltadas aos circuitos curtos de comercialização da Agricultura familiar e suas contribuições para o desenvolvimento econômico: Um estudo do território do médio e baixo Jequitinhonha em Minas Gerais. Belo Horizonte: Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho da Fundação João Pinheiro*. <http://monografias.fjpp.mg.gov.br/bitstream/123456789/2290/1/A%C3%A7%C3%B5es%20voltadas%20aos%20circuitos%20cur>

tos%20de%20comercializa%C3%A7%C3%A3o%20da%20agricultura%20familiar%20e%20suas%20contribui%C3%A7%C3%B5es%20para%20o%20desenvolvimento%20econ%C3%B4mico.pdf

Secretaría Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional, SAN. (2012). *Marco de Referencia de Educación Alimentaria y Nutricional para las Políticas Públicas*. Ministerio de Desarrollo Social y Combate al Hambre MDS. Brasília, DF. www.mds.gov.br/webarquivos/publicacao/seguranca_alimentar/marcoEANespanhol.pdf

Sevilla Guzmán, E., Soler Montiel, M., Gallar Hernández, D., Vara Sánchez, I. y Calle Collado, Á. (2012). *Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía*. Instituto de Sociología y Estudios Campesinos. Universidad de Córdoba. Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces y Consejería de la Presidencia e Igualdad. https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/CCC_alimentaria_en_Andalucia_2012.pdf

Schubert, M. y Schneider, S. (2016). Construção social de mercados e as tendências de consumo: o caso do pavilhão da Agricultura Familiar da EXPOINTER RS. *Ciências Sociais Unisinos*, 52(3), 373-382. http://www.revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/csu.2016.52.3.08/5757

Scarpa Bensadon, L., Silva Mascarenhas, T. e Gonçalves, J. (2016). A atuação dos grupos de consumo responsável no Brasil: expressões de práticas de resistência e intercâmbios em rede. *Revista Antropolítica*. (41), 205–232. Rio de Janeiro. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC – RIO). <http://www.revistas.uff.br/index.php/antropolitica/article/view/493/298>

Singer, P. (2002). *Introdução à Economia Solidaria*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo. <https://bibliotecadigital.fpabramo.org.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/22/Introducao-economia-solidaria-WEB-1.pdf?sequence=1>

Sociedade Cooperativa Motirão. (2014). *Redes de comercialização no litoral paranaense: Feiras de agricultura familiar e grupos de consumo responsável*. Matinhos, Paraná, Brasil: Motirão.

Viegas, M. (2016). *Agroecologia e circuitos curtos de comercialização num contexto de convencionalização da agricultura orgânica*. (Dissertação de Mestrado em Agroecossistemas). Centro de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis SC: UFSC. Brasil. <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/168107>

Vivas, E. (2008). La cadena agroalimentaria: un monopolio de origen a fin. Centro de Estudios sobre Movimientos Sociales. Universidad Pompeu Fabra. Centro de Investigación para la paz. (*CIP – Ecosocial*) – *Boletín ECOS*. (4), 1-9. http://www.fuhem.es/media/ecosocial/File/Boletin%20ECOS/Boletin%204/Cadena%20alimentaria%20_VIVAS.pdf

Urgenci (2019) The International network for Community Supported Agriculture. Red Internacional para participantes de CSA en diversos países. <http://www.csabrazil.org/csa/>

Yamamoto, A. (2006). Por que continuamos juntos? Reciprocidade, mudança cultural e relações de poder entre o urbano e o rural. (Dissertação de Mestrado em Sociologia). Universidade Federal do Ceará. Fortaleza 2006. http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/1264/1/Art_2006_A.Yamamoto.pdf