

Entre o consumo responsável e a lógica de mercado: tensões no comportamento de consumidores em circuitos curtos de comercialização

Between responsible consumption and market logic: tensions in consumer behavior in short food supply chains

Gabriela de Ávila Nunes

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

Dayana Lilian Rosa Miranda

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

Esther Escarrone Pereira

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

Oscar José Rover

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

GT 10 - Abastecimento, segurança alimentar e nutricional e dinâmicas de consumo

Resumo: O estudo analisa as percepções dos consumidores das Células de Consumidores Responsáveis (CCR), buscando compreender tensões entre consumo responsável e lógica de mercado. A pesquisa, de abordagem quali-quantitativa, baseia-se em questionário aplicado a 120 consumidores em 2025. Os resultados indicam predominância de mulheres (80%), com alta escolaridade (73,3%) e renda elevada (41,7%), além da proeminente satisfação com a qualidade dos alimentos (95%). Por outro lado, limitações na diversidade (34,17%) levam 63,33% a realizarem compras complementares. Conclui-se que o abastecimento via CCRs é marcado por limites na diversidade e continuidade da oferta, o que leva à complementação em outros canais, evidenciando desafios para a consolidação desses sistemas.

Palavras-chave: Consumo, comportamento do consumidor, agroecologia.

Abstract: The study analyzes consumers' perceptions of Responsible Consumer Cells (CCRs), seeking to understand the tensions between responsible consumption and market logic. The research, which employs a qualitative-quantitative approach, is based on a questionnaire administered to 120 consumers in 2025. The results indicate a predominance of women (80%), high educational attainment (73.3%), and high income (41.7%), as well as high satisfaction with food quality (95%). On the other hand, limitations in product diversity (34.17%) lead 63.33% of respondents to make supplementary purchases. It is concluded that supply via CCRs is marked by limitations in the diversity and continuity of the supply, which leads to supplementary purchases through other channels, highlighting challenges for the consolidation of these systems.

Keywords: Consumption, consumer behavior, agroecology.

1. Introdução

Conforme destacado por Niederle (2014), nas últimas décadas, observa-se uma reconfiguração dos sistemas agroalimentares, associada à expansão dos mercados orgânicos e agroecológicos e ao fortalecimento de formas alternativas de comercialização, impulsionadas por críticas aos modelos agroindustriais e pela demanda por alimentos de qualidade e produzidos de forma sustentável. Nesse contexto, os mercados passam a ser compreendidos como construções sociais, permeadas por valores e convenções.

Entre as iniciativas que emergem nesse cenário, destacam-se os circuitos curtos de comercialização (CCC), caracterizados pela aproximação entre produtores e consumidores e pela construção de relações mais diretas e confiáveis (Rover; Pugas; Souza, 2022). No Brasil,

essas experiências têm se articulado especialmente no campo da agroecologia, evidenciando formas alternativas de organização do abastecimento alimentar (Rover, 2011). Nesse contexto inserem-se as Células de Consumidores Responsáveis (CCRs), uma tecnologia social baseada na aquisição direta de alimentos da agricultura familiar orgânica/agroecológica, através da entrega de cestas fechadas entregues semanalmente e retirada pelos consumidores em um ponto de partilha em comum, além da cesta fechada, os consumidores podem fazer o pedido de itens adicionais para complementar a cesta, as CCR são orientada por princípios como proximidade, corresponsabilidade e autogestão.

Entretanto, observa-se que os consumidores dessas iniciativas frequentemente mantêm expectativas típicas do mercado convencional, como variedade e regularidade revelando tensões entre diferentes racionalidades de consumo. Diante disso, o estudo analisa as percepções e comportamentos dos consumidores das CCRs, buscando compreender em que medida essas práticas refletem a coexistência entre consumo responsável e lógica de mercado.

2. Revisão da Literatura

Os circuitos curtos de comercialização constituem alternativas ao sistema agroalimentar convencional, ao promoverem relações diretas, territorializadas e sustentáveis, contribuindo para o fortalecimento da agricultura familiar, para promoção de relações de proximidade e das economias locais (Tibério; Baptista; Cristóvão, 2013; Rover; Darolt, 2021). Nesse contexto, o consumo responsável assume centralidade ao atribuir ao ato de consumir um caráter político, influenciando práticas produtivas e relações de abastecimento (Filassi et al., 2025). Contudo, tais iniciativas não estão isentas de contradições, uma vez que valores éticos podem ser incorporados pela lógica de mercado, revelando a coexistência de racionalidades distintas no comportamento dos consumidores (Fontenelle, 2010).

3. Metodologia

A pesquisa caracteriza-se como um estudo de abordagem quali-quantitativa, de natureza descritiva, com base em dados de uma pesquisa de satisfação aplicada aos consumidores das Células de Consumidores Responsáveis (CCR) em 2025. O instrumento consistiu em um questionário com questões fechadas e abertas, realizado na plataforma *Google forms*, com perguntas referente a perfil socioeconômico, avaliação das cestas e comportamento de consumo. A amostra foi composta por 120 respondentes no período de dezembro de 2025 a fevereiro de 2026, sendo os dados analisados por meio de estatística descritiva, complementada por análise qualitativa das respostas abertas.

4. Discussão dos Resultados

A análise da pesquisa de satisfação das CCR (2025) evidencia a predominância de mulheres (80,0%), indivíduos com alta escolaridade (73,3% com pós-graduação) e renda elevada (41,7% acima de 7 salários mínimos), indicando que o acesso aos circuitos curtos e ao consumo agroecológico permanece concentrado em grupos com maior capital socioeconômico. Esse perfil está alinhado à literatura sobre consumidores de orgânicos no Brasil (Souza; Moraes Filho, 2017) e reforça o protagonismo feminino já observado nas CCR- por Michel et al. (2025) em dados coletados no ano de 2023.

Em relação à qualidade dos alimentos, observa-se elevado nível de satisfação, com 95% das avaliações concentradas nas notas 4 (45,8%) e 5 (49,2%). As justificativas destacam frescor, ausência de agrotóxicos e confiabilidade da origem, corroborando estudos como o de Moura et al.(2020) que apontam a busca por saúde e qualidade como principal motivação para o consumo de alimentos de origem orgânica/agroecológica.

Por outro lado, a diversidade das cestas apresenta limitações: embora 65,83% dos consumidores considerem que atende às suas necessidades, 34,17% apontam insuficiências, especialmente quanto à oferta de frutas. Essa restrição é recorrente na literatura, que identifica a baixa diversidade como um entrave ao consumo de alimentos orgânicos (Moura et al. 2020).

Tal limitação é refletida no comportamento de consumo, já que 63,33% dos participantes realizam frequentes compras adicionais fora do escopo das CCR, sobretudo de frutas, ovos e legumes, indicando que, embora as CCRs desempenhem papel relevante no abastecimento, não atendem integralmente à demanda alimentar, funcionando de forma complementar a outros canais. Nesse contexto, observa-se uma lógica de consumo, na qual a valorização de princípios do consumo responsável coexiste com a busca por diversidade e regularidade no abastecimento. Tal comportamento não representa uma contradição do consumidor, mas evidencia limites do modelo das CCR, que não atendem integralmente à demanda. Assim, os consumidores recorrem a outros canais, indicando a necessidade de articulação com formas complementares de abastecimento.

5. Considerações finais

Os resultados indicam que, embora as CCRs representem uma alternativa relevante de abastecimento, há predominância de consumidores com maior capital socioeconômico, mas também presença de grupos de menor renda, evidenciando seu potencial inclusivo. Apesar da alta satisfação com a qualidade, persistem limitações na diversidade, o que leva à realização de compras complementares e indica que as CCRs não atendem integralmente à demanda.

Referências

FONTENELLE, I. A.. O fetiche do eu autônomo: consumo responsável, excesso e redenção como mercadoria. **Psicologia & Sociedade**, v. 22, n. 2, p. 215–224, maio 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/k4LvRJg8qDSBnZmk97pSzQf/?lang=pt>. Acesso em: 18 de mar. de 2026.

FILASSI, Monique; OLIVEIRA, Andréa Leda Ramos de; FORNAZIER, Armando; BRANDÃO, Janaína Balk. Práticas sustentáveis de comercialização de alimentos via grupos de consumo responsável. **Redes**, [S. l.], v. 30, 2025. DOI: 10.17058/redes.v30i1.19272. Disponível em: <https://seer.unisc.br/index.php/redes/article/view/19272>. Acesso em: 29 mar. 2026.

MICHEL, Marjori Majolo; PEREIRA, Esther Escarrone; MIRANDA, Dayana Rosa Lilian; ROVER, Oscar José. Mulheres à Frente: Análise do Perfil dos/as Consumidores/as de Alimentos Orgânicos nas Células de Consumidores Responsáveis. **Ambientes em Movimento**, v. 5, n. 1, p. 112-116, 2025.

MOURA, Carla Cristiane de Moura; PIRES, Cristiano Vieira; MADEIRA, Ana Paula Coelho. Perfil de consumidores de alimentos orgânicos. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 9, p. e257997395-e257997395, 2020. Disponível em: <https://rsdjournal.org/rsd/article/view/7395>. Acesso em 05 de mar. de 2026.

NIEDERLE, Paulo André. Políticas de valor nos mercados alimentares: movimentos sociais econômicos e a reconstrução das trajetórias sociais dos alimentos agroecológicos. **Revista de Ciências Sociais**. Santa Maria, RS. Vol. 4, n. 1 (jan./jun. 2014), f. 162-189, 2014. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/117312>. Acesso em 20 de mar. de 2026.

ROVER, Oscar José. Agroecologia, mercado e inovação social: o caso da Rede Ecovida de Agroecologia. **Ciências Sociais Unisinos**, vol. 47, núm. 1, janeiro-abril, 2011, pp. 56-63. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/938/93820778006.pdf>. Acesso em 25 de mar. de 2026.

ROVER, Oscar José; DAROLT, Moacir Roberto. Circuitos curtos de comercialização como inovação social que valoriza a agricultura familiar agroecológica. Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social, p. 19-43, 2021.

ROVER, Oscar José; DA SILVA PUGAS, Adevan; CARRIERI DE SOUZA, Marina. Circuitos curtos de comercialização e mecanismos de controle na agricultura orgânica: analisando o potencial de formação de cinturões verdes agroecológicos. **Revista Campo-Território**, Uberlândia, v. 16, n. 43 Dez., p. 378–399, 2022. DOI: 10.14393/RCT164316. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/campoterritorio/article/view/61050>. Acesso em: 2 abr. 2026.

SOUZA, Kennedy Jamestony de Carvalho; MORAES FILHO, Rodolfo Araújo de. Perfil dos consumidores de alimentos orgânicos. **Pesquisa, Sociedade e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 9, pág. e257997395, 2020. DOI: 10.33448/rsd-v9i9.7395. Disponível em: <https://rsdjournal.org/rsd/article/view/7395>. Acesso em: 5 abr. 2026.

TIBÉRIO, Luis; BAPTISTA, Alberto; CRISTÓVÃO, Artur. Sistemas agroalimentares locais e comercialização em circuitos curtos de proximidade. **Revista Rede Rural Nacional**,(online), v. 3, 2013. Disponível em: https://www.rederural.gov.pt/images/FolhasInformativas/SistemasAgroalimentaresLocais_ComercializacaoCCA_1.pdf. Acesso em 20 de mar. de 2026.