CONSTRUÇÃO SOCIAL DE MERCADOS DE ALIMENTOS ORGÂNICOS CERTIFICADOS POR SISTEMA PARTICIPATIVO: UM ESTUDO NO CONTEXTO DE CURITIBA - PR

NAUDIELE COSTA[1];
GEORGIANA LUNA BATINGA[2]

[1]*Universidade Tecnológica Federal do Paraná – costanaudiele@gmail.com*
[2]*Universidade Tecnológica Federal do Paraná – georgiana.luna@gmail.com*

Resumo

A construção social dos mercados de alimentos orgânicos certificados por sistema participativo em Curitiba-PR ocorre em um contexto de expansão do consumo de produtos orgânicos no Brasil, impulsionado por preocupações ambientais, de saúde e por novas formas de engajamento entre produtores e consumidores. Diferentemente do sistema convencional de certificação, por auditoria, a certificação por sistema participativo se baseia em processos coletivos de garantia, nos quais confiança, transparência e controle social desempenham papel central. Nesse cenário, esses mercados se inserem em circuitos agroalimentares alternativos, como feiras e redes locais, articulando dimensões econômicas, sociais e culturais. Este estudo tem como objetivo analisar de que forma ocorre a construção social desses mercados certificados por sistema participativo, com ênfase nas relações entre agricultores, consumidores e demais atores envolvidos nos Sistemas Participativos de Garantia (SPG). A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório, utilizando observações, entrevistas e análise documental. Fundamentado nos estudos sobre redes agroalimentares alternativas, o trabalho busca compreender como práticas colaborativas, vínculos de confiança e mecanismos coletivos de validação contribuem para a consolidação e legitimidade desses mercados.

Palavras-chave: alimentos orgânicos, certificação por sistema participativo, construção social de mercados.

Contextualização

A construção social dos mercados de alimentos orgânicos certificados por sistema participativo em Curitiba-PR e região metropolitana ocorre em um contexto de expansão do consumo de produtos orgânicos no Brasil, impulsionado por preocupações ambientais, de saúde e por novas formas de engajamento entre produtores e consumidores. Diferentemente do sistema convencional de certificação por auditoria, a certificação por sistema participativo baseia-se em processos coletivos de garantia, nos quais confiança, transparência e controle social desempenham papel central. Nesse cenário, esses mercados se inserem em circuitos

agroalimentares alternativos, como feiras e redes locais, articulando dimensões econômicas, sociais e culturais. Este estudo tem como objetivo analisar como se dá a construção social desses mercados certificados por sistema participativo, com ênfase nas relações entre agricultores, consumidores e demais atores envolvidos nos Sistemas Participativos de Garantia (SPG).

A produção de alimentos orgânicos e agroecológicos bem como seus meios de comercialização representa uma inovação no redesenho dos sistemas alimentares em bases mais sustentáveis e solidárias. Colaboram para o aumento e a manutenção da fertilidade dos sistemas agrícolas e da biodiversidade, para o equilíbrio do meio ambiente e produção de alimentos de qualidade, sem a utilização de insumos químicos nocivos à saúde humana e ambiental, apoiando a permanência das famílias no campo com melhor renda e qualidade de vida. Além disso, promovem um vínculo de sociabilidade com os consumidores, transformando as feiras em um ambiente de cooperação para a alimentação saudável e, assim, de promoção da saúde da população rural e urbana (BRASIL, 2012).

O consumo de alimentos orgânicos vem se expandindo no Brasil, acompanhando mudanças nos padrões alimentares, a maior preocupação com a saúde e a intensificação do debate ambiental. Em termos legais, entretanto, a condição de orgânico depende de mecanismos formais de reconhecimento, como a certificação por auditoria, os SPG e o controle social na venda direta. Isso significa que a noção de "orgânico" não é apenas técnica ou agrícola, mas também institucional, social e política.

Apesar dessa regulamentação, uma parcela relevante dos alimentos produzidos sem uso de insumos sintéticos circula fora dos sistemas de certificação por auditoria. Em Curitiba e na sua região metropolitana, esse fenômeno se expressa em feiras livres, feiras de orgânicos, vendas em circuitos curtos e relações diretas entre produtores e consumidores. Nesses espaços, a validação do produto nem sempre ocorre por meio de selo oficial, mas por intermédio da reputação, da proximidade, da recorrência de compra e da confiança construída no contato cotidiano.

Esse cenário suscita uma questão central: como se estruturam e se legitimam os mercados de alimentos orgânicos em Curitiba-PR, em um contexto regulado por normas formais de certificação? A investigação parte da hipótese de que tais mercados não devem ser compreendidos como espaços desorganizados ou desprovidos de regras, mas como arenas sociais onde operam formas específicas de coordenação, reconhecimento e legitimação.

A certificação orgânica no Brasil pode ocorrer por duas modalidades principais: por auditoria ou por certificação por sistema participativo. Em ambos os casos, o resultado é o acesso ao selo SisOrg, do Ministério da Agricultura e Pecuária, símbolo de confiança para o consumidor. De um lado, a certificação por auditoria funciona como um processo técnico e formal, no qual organismos certificadores avaliam propriedades com base em critérios documentais e padronizados. Esse modelo se adapta melhor a cadeias produtivas maiores, que demandam escala, rapidez e reconhecimento em mercados mais amplos. De outro lado, a certificação por sistema participativo transforma o processo em uma construção coletiva, na qual produtores, técnicos e demais atores compartilham a responsabilidade pela garantia da qualidade orgânica.

Enquanto a auditoria se estrutura como um serviço contratado, eficiente, porém oneroso, a certificação por sistema participativo opera como uma rede de confiança e aprendizado mútuo. Nesse sistema, os próprios agricultores realizam visitas, trocam experiências e constroem conhecimento prático, fortalecendo não apenas a produção, mas também os vínculos sociais e territoriais. Essa dinâmica reduz custos e amplia o acesso à

certificação, especialmente para a agricultura familiar, mas exige tempo, engajamento e compromisso coletivo.

A escolha entre esses dois modelos ultrapassa uma dimensão meramente técnica. Ela reflete o tipo de agricultura que se deseja promover. A auditoria favorece eficiência e expansão de mercado, sendo mais adequada para grandes operações e para a exportação. Já a certificação por sistema participativo representa um modelo mais enraizado na agroecologia, valorizando o local, a cooperação e a construção compartilhada de conhecimento. Em vez de apenas certificar produtos, esse modelo também fortalece vínculos comunitários, mostrando que produzir orgânicos pode ser tanto um processo econômico quanto social e educativo.

O recorte em Curitiba se justifica por três motivos principais. Primeiro, pela relevância da capital paranaense como espaço de consumo e comercialização de orgânicos. Segundo, pela presença de feiras e iniciativas ligadas à agricultura familiar e urbana. Terceiro, pela densidade institucional e associativa do estado do Paraná no setor, com destaque para a atuação de organizações, políticas públicas e estruturas de apoio à produção agroecológica. Assim, este estudo busca compreender as dinâmicas sociais que tornam possível a circulação desses produtos em mercados que se formam na interseção entre formalidade e informalidade.

Objetivos

A problematização deste estudo surge da tensão entre a definição legal de alimento orgânico e as práticas sociais que sustentam sua comercialização em contextos alternativos. No senso comum, o termo orgânico costuma ser associado a alimentos sem agrotóxicos e associado à saúde e ao meio ambiente. No entanto, no plano regulatório, a categoria depende de mecanismos específicos de validação. Essa distância entre norma legal e percepção social abre espaço para a circulação de alimentos que são reconhecidos como orgânicos por seus consumidores, ainda que nem sempre estejam enquadrados formalmente da mesma maneira, ainda que nem sempre estejam formalmente enquadrados nos mecanismos de certificação por auditoria.

Objetivo geral

Analisar de que forma as relações econômicas e sociais envolvidas na comercialização de produtos orgânicos certificados por sistema participativo contribuem para a construção social desse mercado em Curitiba-PR.

Objetivos específicos

- Mapear os circuitos agroalimentares de comercialização de produtos orgânicos em Curitiba-PR, identificando suas características e dinâmicas de funcionamento.
- Identificar as motivações, percepções e práticas dos agentes envolvidos nas trocas econômicas e sociais, incluindo produtores, consumidores e possíveis mediadores.
- Analisar as dinâmicas de confiança, pertencimento e reputação que sustentam essas relações e contribuem para a consolidação do mercado.

Referencial teórico

Redes agroalimentares alternativas

As redes agroalimentares alternativas se consolidam como resposta às limitações dos sistemas convencionais de abastecimento alimentar. Em geral, essas redes são marcadas por maior proximidade entre produtores e consumidores, menor número de intermediários e valorização de práticas sustentáveis, territoriais e sociais. Os circuitos curtos agroalimentares representam uma de suas expressões mais visíveis, pois reduzem distâncias geográficas e sociais, favorecendo a transparência sobre a origem do alimento e sobre os modos de produção.

A literatura mostra que os circuitos curtos podem assumir diferentes formatos: venda direta, feiras de produtores, cestas, lojas coletivas, venda na propriedade, mercados locais e compras institucionais. Ainda que variem em estrutura, esses arranjos compartilham a tentativa de recompor vínculos entre produção e consumo, recolocando o alimento em um contexto relacional e territorial. Em vez de um produto anônimo, o alimento passa a ser associado a rostos, histórias, lugares e práticas.

Nesse debate, a noção de qualidade ocupa posição central, pois desloca a atenção do produto em si para os atributos sociais, ambientais e culturais que o cercam. A qualidade, nesse caso, não se limita à aparência, mas envolve frescor, sabor, modo de produção, confiança e sustentabilidade. Esse enquadramento ajuda a entender por que consumidores estão dispostos a pagar mais ou a negociar de forma distinta em mercados onde a certificação por auditoria não é o único critério de legitimidade.

Construção social de mercados

A Nova Sociologia Econômica oferece uma chave analítica decisiva para compreender esse fenômeno, ao defender que os mercados são socialmente construídos e não apenas mecanismos abstratos de oferta e demanda. A noção de enraizamento, proposta por Granovetter, indica que a ação econômica está imersa em redes sociais, nas quais confiança, reputação e reciprocidade influenciam a troca.

Aplicada ao caso dos orgânicos, essa perspectiva permite compreender que a ausência de selo formal via auditoria não equivale à ausência de regulação. Em seu lugar, surgem mecanismos sociais de validação: a convivência com o produtor, a indicação de conhecidos, a recorrência nas feiras, a narrativa sobre a propriedade e o reconhecimento comunitário. O mercado, portanto, não é apenas um espaço de compra e venda, mas um campo de disputa por legitimidade.

Autores como Bourdieu e Fligstein contribuem para reforçar essa leitura ao mostrarem que os mercados são arenas sociais estruturadas por capitais simbólicos, regras e posições de poder. No caso estudado, produtores, consumidores, certificadoras, órgãos públicos e organizações civis disputam sentidos sobre o que é orgânico, o que é legítimo e quais formas de validação devem prevalecer.

A construção social dos mercados é uma abordagem que destaca as condições e variáveis pelas quais os mercados são moldados, levando em consideração o contexto histórico, cultural e social. Estudos de Sabourin (2009, 2013) e Perez-Cassarino (2012) sobre mercados agroalimentares demonstram como as práticas de reciprocidade e troca, mesmo em mercados modernos, mantêm um caráter profundamente social e cultural. Essa abordagem permite entender melhor os mercados de proximidade e sua interação com as redes sociais, oferecendo uma visão mais ampla das forças que regulam o comportamento econômico, como solidariedade, confiança e reputação. Ao integrar essas perspectivas com teorias sociais e econômicas, podemos oferecer uma análise mais completa dos mercados e das relações sociais que os sustentam.

Essas redes são formadas não apenas por transações econômicas, mas por um conjunto de práticas culturais, políticas e sociais. As certificações de produtos orgânicos, por exemplo, não são apenas mecanismos de controle de qualidade, mas também processos de construção de confiança entre os consumidores e os produtores. Como destaca Panzutti (2011), os mercados não são apenas espaços de troca de bens, mas de negociação de significados, em que as normas sociais e os valores culturais influenciam o comportamento dos consumidores e produtores.

Orgânicos no Paraná

O Paraná ocupa posição de destaque na produção orgânica brasileira, com forte presença de agricultores familiares, organizações associativas e iniciativas ligadas à agroecologia. Em Curitiba, esse processo foi favorecido por uma combinação de fatores: proximidade entre campo e cidade, mercado consumidor concentrado, presença de políticas públicas e tradição de feiras e circuitos de abastecimento locais.

A capital e sua região metropolitana abrigam diversas feiras orgânicas e espaços de comercialização direta, além de iniciativas de agricultura urbana e estruturas públicas de segurança alimentar. Esse conjunto de práticas mostra que o mercado de orgânicos em Curitiba não se desenvolve apenas pela lógica empresarial, mas também por meio de relações sociais, institucionais e territoriais que sustentam sua expansão.

Dois programas que se destacam no contexto do mercado institucional são o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA). Villa Real e Schneider (2011) analisam o PNAE, destacando as principais transformações nessa política pública que favorecem a participação de agricultores familiares como fornecedores de alimentos. Os autores criticam que as compras públicas, muitas vezes, são geridas de forma a beneficiar médios e grandes fornecedores, que conseguem atender às exigências dos processos licitatórios. No entanto, a descentralização em diversos programas públicos abriu oportunidades para redirecionar essas compras, permitindo que pequenos e médios fornecedores também possam participar.

Além de facilitar o escoamento da produção dos agricultores familiares, outra contribuição significativa foi a introdução de elementos de diversidade regional nos cardápios, impactando positivamente a formação de hábitos alimentares diferenciados. Villa Real e Schneider (2011, p. 70) destacam outros benefícios dessa política: a articulação das compras de alimentos do PNAE com produtos da agricultura familiar traz inúmeras vantagens para o desenvolvimento rural e a educação.

Entre essas vantagens estão a transferência de renda diretamente aos produtores locais, a aproximação entre os produtores e os consumidores, neste caso, os alunos das escolas, e a

possibilidade de revitalizar circuitos locais de produção, o que contribui para o aquecimento da economia local e regional.

Metodologia

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa exploratória de abordagem qualitativa. A escolha desse método se justifica pela necessidade de compreender em profundidade um fenômeno social ainda pouco delimitado: a construção de mercados de alimentos orgânicos certificados por sistema participativo. A abordagem qualitativa permite captar sentidos, percepções, crenças, práticas e relações que não seriam apreendidos por métodos estritamente quantitativos.

A coleta de dados foi realizada por meio de três procedimentos principais: observação com notas de campo, entrevistas semiestruturadas e análise documental. A observação permitiu registrar interações cotidianas, dinâmicas de feira, reuniões de certificação por sistema participativo, atividades de avaliação externa, formas de comunicação entre produtores e consumidores e mecanismos informais de validação. As entrevistas buscaram acessar narrativas e justificativas dos atores envolvidos, enquanto a análise documental contemplou legislações, relatórios institucionais, publicações de órgãos públicos e materiais produzidos por organizações do setor.

Foram considerados participantes do estudo consumidores, agricultores, feirantes, cooperativas, associações, gestores, entidades certificadoras, organizações da sociedade civil e representantes de movimentos ligados à agroecologia. A diversidade de interlocutores foi importante para captar diferentes perspectivas sobre confiança, legitimidade, certificação e circulação dos produtos.

Até o momento, foram entrevistados quatro produtores e feirantes, três gestores de cooperativas e sete consumidores de alimentos orgânicos das feiras de Curitiba - PR. Também foram realizadas observações e registros em diário de campo durante reuniões mensais de acompanhamento dos grupos vinculados à certificação participativa, bem como na atividade de “olhar externo” realizada no Assentamento Contestado, localizado no município da Lapa -PR. As entrevistas foram conduzidas nos municípios de Almirante Tamandaré, Curitiba, Lapa e Morretes, no estado do Paraná.

A análise dos dados será orientada pela técnica de análise de conteúdo, com base em Bardin, em diálogo com contribuições de Minayo e Flick. O processo envolverá organização do material, codificação temática e interpretação triangulada das informações. Busca-se identificar regularidades e divergências nos discursos e práticas, articulando os dados empíricos com o referencial teórico.

A pesquisa teve contato inicial com os feirantes, produtores e demais atores para apresentação dos objetivos do estudo, solicitação de autorização para gravações e garantia de confidencialidade. O trabalho de campo foi acompanhado por registros sistemáticos em diário de campo, o que permitirá reconstruir o contexto das interações observadas.

Resultados esperados

Espera-se demonstrar que os mercados de alimentos orgânicos em Curitiba e região metropolitana não operam à margem da ordem social, mas por meio de mecanismos próprios de coordenação e legitimação. Entre esses mecanismos, destacam-se confiança, reputação, proximidade, reciprocidade e circulação de informações entre atores que compartilham valores sobre saúde, sustentabilidade e alimentação de qualidade.

Também se espera evidenciar que as feiras e os circuitos curtos funcionam como espaços privilegiados de construção de vínculos entre campo e cidade. Nesses espaços, o alimento passa a incorporar dimensões simbólicas, territoriais e sociais que extrapolam sua condição estritamente mercantil. Ele passa a carregar narrativas sobre origem, modo de produção e compromisso social. Essa dinâmica pode ajudar a explicar por que consumidores aceitam comprar produtos sem o selo da certificação por auditoria, desde que reconheçam credibilidade nas relações estabelecidas.

Além disso, a pesquisa deve contribuir para o debate sobre políticas públicas ao mostrar que o fortalecimento desses mercados depende não apenas da regulação, mas também do reconhecimento das práticas sociais que os estruturam. Ampliar o acesso a alimentos orgânicos exige pensar simultaneamente em certificação, assistência técnica, organização produtiva, canais curtos de comercialização e educação do consumidor.

Considerações finais

Este trabalho em construção propõe compreender os mercados de alimentos orgânicos certificados por sistema participativo como fenômenos sociais complexos, atravessados por disputas de legitimidade, formas de confiança e relações territoriais. Em vez de tratá-los como espaços à margem da certificação por auditoria, a investigação busca mostrar que eles são sustentados por processos sociais concretos, capazes de produzir valor, reconhecimento e coordenação econômica.

Ao articular redes agroalimentares alternativas e construção social de mercados, o estudo pretende contribuir para a literatura sobre orgânicos, agricultura familiar e sociologia econômica. Ao mesmo tempo, busca dialogar com desafios práticos da produção e comercialização de alimentos saudáveis em Curitiba, cidade marcada por forte presença institucional, diversidade de feiras e expansão de iniciativas ligadas à alimentação sustentável.

A pesquisa parte da ideia de que a legitimidade de um alimento não se esgota na certificação formal. Ela também é produzida no encontro entre pessoas, na circulação de narrativas e na consolidação de relações sociais que tornam possível a confiança no mercado.

Referências

BOURDIEU, P. **As estruturas sociais da economia.** Lisboa: Instituto Piaget, 2005.

BRASIL. Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional. **A agroecologia e o direito humano à alimentação adequada**. Tradução do relatório de Olivier de Schutter, relator especial da ONU para o direito à alimentação. Brasília, DF, 2012. Disponível em: https://www.mds.gov.br/webarquivos/publicacao/seguranca_alimentar/caderno1_sisan2012.pdf. Acesso em: maio 2026.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 6. ed. Porto Alegre: Artmed, 2018.

FLIGSTEIN, N.; DAUTER, L. **The sociology of markets.** Annual Review of Sociology, Palo Alto, v. 33, p. 105-128, 2007.

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

MINAYO, M. C. S. (org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 32. ed. Petrópolis: Vozes, 2012.

PANZUTTI, R. **Mercado como construção social da realidade.** Revista Agricultura em São Paulo, São Paulo, v. 58, n. 2, p. 59-76, 2011.

PEREZ-CASSARINO, J. A**groecologia, construção social de mercados e a constituição de sistemas agroalimentares alternativos: uma leitura a partir da Rede Ecovida de Agroecologia.** In: NIEDERLE, P. A.; DE ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (org.). Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura. Curitiba: Kairós, 2013. p. 171-214.

SABOURIN, E. et al. **Inovação social na comercialização de produtos orgânicos e agroecológicos da agricultura familiar no Distrito Federal**. Sustentabilidade em Debate, Brasília, v. 5, n. 3, p. 98-119, 2014.

SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.