

Territórios alimentares: diálogos entre produção e consumo através da produção de audiovisuais

Eduardo **Kuznier**¹
Marina **Lanfredi**²
Estevan Felipe Pizarro **Munõz**³
Zilma Isabel **Peixer**⁴
Gabriel **Dias Olivo**⁵
Cláudia **Mayumi**⁶
Cléber José **Bosseti**⁷

RESUMO

O projeto Circuitos Curtos de Comercialização e o Fortalecimento da Agricultura Familiar de Curitiba e Região integra as atividades do Laboratório Interdisciplinar em Sistemas Alimentares (LiSA). O laboratório desenvolve atividades de pesquisa e extensão com objetivo de estreitar os laços entre a agricultura familiar camponesa e indígena (AFC) e consumidores locais, reforçando aspectos fundamentais da construção de sistemas alimentares territorializados, agroecológicos, na perspectiva de contribuir com a soberania alimentar e nutricional e sustentabilidade, além das possibilidades do aumento de renda agrícola da AFC frente aos imperativos do sistema agroalimentar corporativo. Para isso, uma das frentes de atuação do laboratório é com educação não formal, utilizando produções audiovisuais que objetivam abordar o consumo e a produção a partir de uma ótica multidisciplinar. O projeto encontra-se em sua segunda fase de atuação em Curitiba, tendo por público-alvo, consumidores e produtores locais.

Palavras-chave: Mídias Digitais; Circuitos Curtos; Agricultura Familiar; Soberania Alimentar.

INTRODUÇÃO

A agricultura familiar camponesa (AFC) é um segmento de produção e comercialização de alimentos, que proporciona soberania alimentar e nutricional da população. Contudo, este segmento de produção encontra-se ameaçado pelos imperativos do regime alimentar corporativo e o avanço dos mercados globalizados, que detém

¹ Cursando Graduação em Engenharia Florestal – UFSC Laboratório Interdisciplinar em Sistemas Alimentares, lisa.uniufsc@gmail.com

² Cursando Graduação em Agronomia – UFSC Laboratório Interdisciplinar em Sistemas Alimentares, lisa.uniufsc@gmail.com

³ Professor UFSC; Laboratório Interdisciplinar em Sistemas Alimentares, lisa.uniufsc@gmail.com

⁴ Professora UFSC; Laboratório Interdisciplinar em Sistemas Alimentares, lisa.uniufsc@gmail.com

⁵ Técnico Administrativo UFSC; Laboratório Interdisciplinar em Sistemas Alimentares, lisa.uniufsc@gmail.com

⁶ Técnica Administrativa UFSC; Laboratório Interdisciplinar em Sistemas Alimentares, lisa.uniufsc@gmail.com

⁷ Professor UFSC; Laboratório Interdisciplinar em Sistemas Alimentares, lisa.uniufsc@gmail.com



grande parte do território, tecnologias, mão-de-obra e padrões de produção, fato este que culmina diretamente na fragilização da AFC e no distanciamento de produtores e consumidores, gerando um “abismo imaginário” entre ambos, além da perda de autonomia, esgotamento de recursos ambientais e instabilidade no direito de acesso a condições dignas de produção e consumo. (Santos; Glass, 2018; Darolt *et al.*, 2021; Muñoz, 2023).

A aproximação de produtores e consumidores pode ocorrer através da dimensão educativa e da promoção dos Circuitos Curtos de Comercialização de Alimentos (CCCA) concebidos enquanto trocas diretas ou aproximadas entre produtores e consumidores, essas estratégias, ou tecnologias sociais fornecem uma alternativa para a aproximação entre a dimensão da produção e do consumo (Fao, 2017).

A utilização da educação não formal no formato de produções audiovisuais aliada à compreensão do papel da AFC na produção alimentar, tornam-se capazes de promover relações baseadas na segurança alimentar, respeito mútuo, valorização de formas agroecológicas de produção, conscientização sobre os aspectos de ciclagem e descarte de resíduos entre outros (Niederle, 2014), uma vez que alimentar-se faz parte da manutenção da vida, mas as escolhas, a produção e a forma de o fazer implica uma ação política cultural e ecológica.

E é ancorado neste debate que o presente trabalho vem sendo desenvolvido desde 2022 pelo Laboratório Interdisciplinar em Sistemas Alimentares (LiSA) da Universidade Federal de Santa Catarina, Campus Curitibanos. O presente relato técnico-científico expandido apresenta as peças audiovisuais que foram desenvolvidas no decorrer do ano de 2024. As atividades aqui mencionadas articulam-se diretamente com o eixo 03 - Arte, Cultura, Comunicação Popular e Agroecologia na tentativa de dialogar diretamente com a sociedade no que diz respeito a técnicas de produção ambientalmente e socialmente justas, sobre a importância de uma alimentação saudável e da valorização da AFC e da sua importância no fornecimento de alimentos com qualidade.

METODOLOGIA

A metodologia deste trabalho, pauta-se em ações cooperadas entre a equipe, as famílias de agricultores e os consumidores. Utiliza técnicas de observação participante (Mónico *et al.*, 2017) com um grupo composto por aproximadamente 20 famílias camponesas que ocupam três boxes organizados em associações, cooperativas e assentados da reforma agrária que comercializam alimentos no Mercado Público Municipal de Curitibanos. Desta forma, a metodologia aplicada se trata de uma ação social com forte base empírica, que interage diretamente com os atores sociais envolvidos, por meio de oficinas, elaboração em conjunto dos roteiros dos documentários, levantamento qualitativo, permitindo a articulação dos diferentes saberes e a ampliação das estratégias de comunicação com a sociedade como um todo.

Considerando esses objetivos, o LiSA articula três focos de trabalho: i) ação participante co-gerencial; ii) produção de material para mídias digitais; iii) criação e consolidação de célula de consumo responsável. Essas três dimensões do trabalho são articuladas e acompanhadas de processos educativos, através de oficinas e seminários. Aqui, neste trabalho, pretende-se abordar a produção de material para mídias digitais.

Tendo em vista a necessidade de estabelecimento de mídias sociais coesas e funcionais e capazes de comunicar informações bem como as dificuldades encontradas pelos agricultores e agricultoras em gerir este nicho de trabalho (DAROS, 2023), que visitas semanais vêm sendo conduzidas no Mercado Público Municipal, em Curitiba. O principal objetivo desta atividade é coletar informações e identificar os principais desafios encontrados quanto às práticas comerciais e métodos adotados para divulgação com o enfoque na assessoria para criação e manutenção de redes sociais virtuais juntamente com os agricultores, promovendo um espaço de construção de conhecimento e domínio de novas tecnologias que dialoguem com os consumidores. É uma proposta de educação não formal, nesse panorama entender a realidade vivida por essas pessoas é o ponto de partida para conduzir o processo pedagógico (Freire, 1984).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na perspectiva de produção de mídias digitais, foram desenvolvidos *spots* comerciais direcionados a redes sociais para o Box 4, intitulado Floricultura Flor d'Alma. A alta interação, engajamento e a aceitação do público foram considerados impactos positivos no desenvolvimento de redes sociais, concebido enquanto aspecto importante no processo de comercialização e de educação para uma alimentação saudável. Além disso, realizou-se também a montagem de um banco de imagens dos produtos e da loja para fim de utilização em postagens e a elaboração de cartão de visitas (uma das demandas dos agricultores/comerciantes).

Após a divulgação e estabelecimento de atividades realizadas para a Floricultura Flor d'Alma, realizou-se também a gravação e edição do spot comercial do box 08, intitulado "Empório Três Marias". O spot comercial gravado no local em questão objetivou abordar de maneira geral e dinâmica os produtos ofertados como forma de complemento do planejamento semanal de publicações da loja e pode ser visualizado na figura 1.

Figura 1 - Registros de atividades desenvolvidas no período



Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Ainda no âmbito de desenvolvimento de materiais audiovisuais, e considerando o sucesso do primeiro documentário do LiSA intitulado “Saberes da Terra, Saúde à Mesa” lançado durante a fase 1 do projeto, está sendo conduzida a produção de uma minissérie que aborda a questão do alimento através de diferentes óticas, sendo elas respectivamente: Produção, biodiversidade e impacto ambiental, cultura e alimentação, circuitos curtos de comercialização de alimentos (CCAs), território, consumidores e agroecologia. O primeiro episódio foi exibido durante o evento Experimenta UFSC (setembro de 2024) para toda a comunidade e pode ser visualizado a partir da figura 2 - Recortes de gravação minissérie e lançamento do primeiro episódio. Na sequência disponibilizamos o quadro 1, com os *links* de acesso para melhor visualização do material já produzido.

Figura 2 - Recortes de gravação minissérie e lançamento do primeiro episódio



Fonte: Elaborado pelos autores, 2024

Quadro 1- Materiais audiovisuais desenvolvidos no período

Atividade	Link de acesso
Spot Comercial 1 - Floricultura Flor d'Alma	https://www.youtube.com/shorts/L8bhkjpJ-k
Banco de imagens Floricultura Flor d'Alma	https://drive.google.com/drive/folders/bc1qf92drq0wwm8w7rnw9d8p4wjvaut2csdd5sg2cx?usp=drive_link
Cartão de visitas Floricultura Flor d'Alma	https://drive.google.com/file/d/18f94X7GRm4lYURb2N1f7wDSbcXwIY-UF/view?usp=drive_link
Spot Comercial 2 - Empório Três Marias	https://youtu.be/zEmirgA9XPY
Episódio "Café à mesa: Alimentos e Histórias Compartilhadas". ATO I	https://www.youtube.com/watch?v=7afivWekB5M https://www.youtube.com/watch?v=cl2S7zERdl4

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024



CONCLUSÕES

Permeando as relações objetivas e as subjetividades que compõem a produção e o consumo, é possível conceber a importância da utilização de tecnologias sociais vinculadas aos Circuitos Curtos de Comercialização (CCAs), sistemas digitais de comunicação, bem como o potencial de atuação das universidades no que diz respeito a ser um dos pontos nodais para a viabilização deste nicho de comercialização, consumo e suas respectivas dimensões.

A viabilização dos CCAs pode atuar de maneira significativa na construção de sistemas alimentares territorializados, contribuindo para o aumento de renda para os camponeses, diminuindo custos alimentares para os consumidores e para a promoção da soberania alimentar e nutricional da população através da produção e comercialização de alimentos com procedência no território em que estão inseridos, bem como na diversificação e disponibilidade de alimentos. A efetivação das tecnologias sociais aqui abordadas tem alcance ampliados através da dimensão educativa, onde os camponeses e os consumidores tornam-se os protagonistas do processo e da ação dialógica, transcendendo a superficialidade e o "abismo" que abrangem o consumo e a produção. O uso de mídias digitais contribui para estreitar os laços entre os camponeses e os consumidores, abre vertentes econômicas para os camponeses, preço justo para os alimentos e sedimenta práticas alimentares saudáveis e sustentáveis.

REFERÊNCIAS

- DAROLT, R. M.; ROVER, O.J. **Circuitos Curtos de Comercialização e Agroecologia**. Florianópolis: *Estúdio sem Prelo*, 2021. 306 p.
- DAROS, M. **Uso das mídias sociais na agricultura familiar**. Rio Grande do Sul. 2023. 84 p. Tese (Mestrado em agronegócio) Universidade Federal de Santa Maria. Palmeira das Missões. 2023.
- FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: *Paz e Terra*, 1984. 129 p.
- FOSSÁ, J. L. et al. Agricultura familiar em circuitos curtos de abastecimento alimentar: comercialização agroecológica em Chapecó/SC. **Redes** (St. Cruz Sul, Online), 203, v.28, n. 3, p. 01-18.
- FAO. **The future of food and agriculture: trends and challenges**. Roma, 2017, 188 p.
- MUÑOZ, E. F. et al. Territorialização das feiras de agricultura familiar em Santa Catarina: uma promessa ainda não cumprida. **Revista Grifos**, 2023, v. 32, p. 01-18.
- NIEDERLE, P. A. Políticas de valor nos mercados alimentares: movimentos sociais econômicos e a reconstrução das trajetórias sociais dos alimentos agroecológicos. Século XXI. **Revista de Ciências Sociais**, 2014, v.4, n. 1, p.162-189.
- SANTOS, M.; GLASS, V.. **Atlas do agronegócio: Fatos e números sobre as corporações que controlam o que comemos**. RJ: Fundação Heinrich Boll, 2018. 60 p.

