

Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas

NEGÓCIOS E MERCADOS DA AGRICULTURA FAMILIAR

MARCIO GAZOLLA | SERGIO SCHNEIDER
ORGANIZADORES




UFRGS
EDITORA


PGDR
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM DESENVOLVIMENTO RURAL - UFRGS

Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas



UNIVERSIDADE
FEDERAL DO RIO
GRANDE DO SUL

Reitor

Rui Vicente Oppermann

Vice-Reitora e Pró-Reitora
de Coordenação Acadêmica

Jane Fraga Tutikian

EDITORA DA UFRGS

Diretor

Alex Niche Teixeira

Conselho Editorial

Carlos Pérez Bergmann

Claudia Lima Marques

Jane Fraga Tutikian

José Vicente Tavares dos Santos

Marcelo Antonio Conterato

Maria Helena Weber

Maria Stephanou

Regina Zilberman

Temístocles Cezar

Valquiria Linck Bassani

Alex Niche Teixeira, presidente

Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas

NEGÓCIOS E MERCADOS DA AGRICULTURA FAMILIAR

MARCIO GAZOLLA | SERGIO SCHNEIDER
ORGANIZADORES

Abel Perinazzo Cassol	James Kirwan
Adanella Rossi	Janaína Deane de Abreu Sá Diniz
André Kuhn Raupp	Jean Philippe Palma Revillion
Andrea Marescotti	João Carlos Tedesco
Carlos Andrés Díaz Ramírez	Leo Dvortsin
Claire Cerdan	Luis David Sáez Tonacca
Claire Lamine	Moacir Roberto Darolt
Claus J. Köbrich Gruebler	Moisés Villamil Balestro
Damian Maye	Olga Gromasheva
David Edwin Goodman	Paulo André Niederle
Edson Talamini	Roberta Sonnino
Fernanda Novo da Silva	Steffanie Scott
Gianluca Brunori	Theresa Schumilas
Giovanni Belletti	Valdemar João Wesz Junior
Henk Renting	Valéria da Veiga Dias
	Zhenzhong Si

© dos autores
1ª edição: 2017

Direitos reservados desta edição:
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Capa: Carla M. Luzzatto

Ilustração da capa: “Market scene”. Pieter Aertsen, 1560. Kunsthistorisches Museum, Vienna.

Ilustração da quarta-capa: “Market scene”. Jan van Horst, 1572. Museum of Fine Arts, Budapest.

Revisão: Carlos Batanoli Hallberg

Editoração eletrônica: Fernando Piccinini Schmitt

G291 Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar / organizadores Marcio Gazolla [e] Sergio Schneider. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.
520 p. : il. ; 16x23cm

(Série Estudos Rurais)

Inclui referências.

Inclui figuras, gráficos, quadros e tabelas.

1. Agricultura. 2. Economia. 3. Sociologia rural. 4. Desenvolvimento rural. 5. Agricultura familiar. 6. Agricultura alimentar – Construção – Mercados. 7. Redes agroalimentares alternativas. 8. Cadeias curtas agroalimentares. 9. Agroindústria. 10. Sociobiodiversidade. 11. Feiras orgânicas. 12. Políticas públicas – Programas de apoio – Cadeias curtas agroalimentares. I. Gazolla, Marcio. II. Schneider, Sergio. III. Série.

CDU 338.43

CIP-Brasil. Dados Internacionais de Catalogação na Publicação.
(Jaqueline Trombin – Bibliotecária responsável CRB10/979)

ISBN 978-85-386-0338-2

Sumário

Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas / 9
Sergio Schneider e Marcio Gazolla

Parte I – Enfoques teórico-metodológicos sobre cadeias curtas agroalimentares

Compreendendo as redes alimentares alternativas:
o papel de cadeias curtas de abastecimento de alimentos no desenvolvimento rural / 27
Henk Renting, Terry Marsden e Jo Banks

Uma réplica ao artigo: “Compreendendo as redes alimentares alternativas:
o papel de cadeias curtas de abastecimento de alimentos no desenvolvimento rural” / 53
Terry Marsden e Henk Renting

Espaço e lugar nas redes alimentares alternativas: conectando produção e consumo / 59
David Goodman

As cadeias curtas de abastecimento na inovação dos Grupos de Aquisições Solidárias (GAS): a
construção social das práticas (alimentares) sustentáveis / 83
Adanella Rossi e Gianluca Brunori

Além da linha divisória: repensando relações
entre redes alimentares alternativas e convencionais na Europa / 105
Roberta Sonnino e Terry Marsden

Inovações econômicas em cadeias curtas de abastecimento alimentar / 129
Giovani Belletti e Andrea Maresscotti

Contribuições metodológicas para análise das cadeias curtas de produção:
os ganhos da comparação e da causalidade / **147**

Moisés Villamil Balestro

Parte II Cadeias curtas na agricultura familiar no Brasil: agroindústrias, indicações geográficas, feiras, orgânicos e sociobiodiversidade

Cadeias curtas agroalimentares na agroindústria familiar:
dinâmicas e atores sociais envolvidos / **175**

Marcio Gazolla

Construindo a confiança nas cadeias curtas: interações sociais, valores
e qualidade na Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo/RS / **195**

Abel Cassol e Sergio Schneider

As indicações geográficas e os novos mercados para os vinhos brasileiros / **219**

Paulo André Niederle e Fernanda Novo da Silva

Cadeias curtas de alimentos orgânicos: aspectos das relações de proximidade
entre consumidores e agricultores no Brasil / **241**

Valéria da Veiga Dias, Jean Philippe Révillion e Edson Talamini

Produtos da sociobiodiversidade e cadeias curtas:
aproximação socioespacial para uma valorização cultural e econômica / **259**

Janaina Deane de Abreu Sá Diniz e Claire Cerdan

Camponeses-comerciantes da Serra do Botucaraí:
culturas sociais, cultivos na terra e territorialidades étnicas – centro-norte do RS / **281**

João Carlos Tedesco

Parte III – Experiências internacionais em cadeias curtas

Cadeias curtas: experiências e oportunidades no Chile
e em outros países da América Latina / **307**

*Luis David Sáez Tonacca, Carlos Andrés Díaz Ramírez
e Claus J. Köbrich Gruebler*

Dimensões da produção e consumo de alimentos de base ecológica
em circuitos curtos na França e no Brasil / **325**

Moacir Darolt e Claire Lamine

Um retrato das redes agroalimentares alternativas na China / **351**

Zhenzhong Si, Theresa Schumilas e Steffanie Scott

Reflexões sobre o fenômeno da “virada da qualidade” no contexto da Europa oriental:
o caso do movimento por alimento local da Ucrânia / **381**

Leo Dvortsin e Gianluca Brunori

Marcos da segurança alimentar no Reino Unido
e a integração dos sistemas alimentares locais / **399**

James Kirwan e Damian Maye

Cadeias curtas de abastecimento alimentar em São Petersburgo (Rússia):
perspectivas de desenvolvimento / **425**

Olga Gromasheva e Gianluca Brunori

Parte IV – Políticas públicas e programas de apoio às cadeias curtas

Por que muitos agricultores não formalizam
o comércio de alimentos através das cadeias curtas? / **455**

Marcio Gazolla

Programa de agroindústria familiar do Rio Grande do Sul: histórico e alguns resultados
na perspectiva da construção de cadeias agroalimentares curtas / **473**

André Kuhn Raupp e Marcio Gazolla

Políticas públicas de agregação de valor e as cadeias curtas:
um olhar sobre o Pronaf-Agroindústria / **491**

Valdemar João Wesz Junior

Os autores / **509**

Direitos autorais – artigos internacionais traduzidos / **513**

Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas

Sergio Schneider
Marcio Gazolla

Introdução e aspectos gerais do debate

Há algo profundamente errado com o modo como se produz e consome alimentos na nossa sociedade. De um lado, se produzem cada vez mais fibras e matérias-primas agroalimentares e aumentam os impactos sobre o meio ambiente, os recursos naturais e os próprios agricultores. Por outro, os números da fome e da pobreza no mundo continuam quase inalterados, mas a quantidade de pessoas obesas e malnutridas em decorrência do tipo de comida que ingerem só faz crescer. Em meio a isso, quem realmente se beneficia são as empresas que produzem e distribuem os alimentos, especialmente as grandes redes de supermercados e as lojas de *fast food* globais. Chegamos a um ponto em que, no século XXI, há oferta suficiente para alimentar toda a humanidade, mas convivemos com a fome e a malnutrição, e a insatisfação dos produtores (agricultores) e dos consumidores.

Não obstante, o modelo ou sistema de produção agroalimentar que produz este quadro insiste na necessidade de se aumentar as escalas dos fatores de produção, tornando quase impossível a sobrevivência de agricultores “não integrados” ao seu

modo de funcionamento. Ao mesmo tempo, se submete os consumidores finais às dietas e opções de alimentação pouco nutritivas e com altos riscos à saúde.

Este modelo de produzir e consumir alimentos opera em escala global e segue a tendência do conjunto da economia, cada vez mais internacionalizada. Trata-se de um processo mais ou menos recente, iniciado em meados da década de 1980. Desde então, na medida em que o sistema agroalimentar foi se globalizando, a alimentação se desenraizou e rapidamente foi perdendo a conexão com sua base natural. A procedência geográfica dos alimentos e a cultura alimentar das pessoas deixaram de ser importantes.

Cientistas e formuladores de políticas estão buscando opções a este modelo agroalimentar. Em face da importância dos alimentos para a reprodução humana, assim como para a estabilidade social, econômica e política das nações, vem crescendo a preocupação com o modo de organização e, sobretudo, o poder do sistema agroalimentar corporativo. Trata-se de sistema complexo, que vai desde as sementes e os insumos, passa pela produção e a transformação dos produtos agrícolas e chega à distribuição em lojas e supermercados. Malgrado seu tamanho cada vez maior, o número de empresas que dele participam vem diminuindo rapidamente. Concentração e globalização são suas características mais salientes.

Nos anos recentes, o Brasil vem se inserindo de forma cada vez mais rápida no sistema agroalimentar global. Entre nós, há certa preferência pelo uso da denominação anglófona “agribusiness”, ao invés do termo sistema agroalimentar. O termo agribusiness possui grande apelo midiático, político e ideológico no Brasil. Ele foi cunhado no início da década de 1990 por economistas agrícolas que buscavam uma palavra-síntese para caracterizar o conjunto de atividades e etapas que fazem parte da produção de bens do setor primário (Ramos, 2007; Araújo, Wedekin e Pinazza, 1990; Ramos e Reydon, 1995)¹. A interação destas diferentes etapas e fases é conhecida e descrita na literatura, especialmente de administração e engenharia da produção, pelo conceito de cadeia agroalimentar ou cadeias de valor. Na prática, as cadeias agroalimentares são cadeias agroindustriais, pois envolvem uma complexa e extensa rede de agentes intermediários, que começa antes mesmo de se jogar uma semente na terra, passa por empresas de insumos, sementes, implementos e mesmo combustíveis, e vai além da porteira dos estabelecimentos agropecuários, envolvendo unidades de transformação de fibras e matérias-primas alimentares. Em face desse tamanho e complexidade, as cadeias agroalimentares ou agroindustriais são longas. Nas cadeias longas, as relações e as interações entre produtores e consumidores são quase inexistentes, pois os alimentos acabam sendo produtos de uma indústria ou de um supermercado, vendidos com marcas específicas ou “nomes fantasia”.

Assim, as cadeias agroalimentares longas tendem a romper os elos diretos entre produção e consumo, entre o agente que produz e o indivíduo que consome. O pro-

¹ Vale registrar que por conta de embates políticos e ideológicos, os termos *agribusiness* ou cadeia agroindustrial também são utilizados para referir o bloco de poder e de políticos articulados em torno dos interesses daqueles que defendem os “negócios” do campo, produtivos ou não. Para uma discussão ver: Bruno e Sevá (2010) e Bruno (2009).

duto final (o alimento) consumido passa a ser uma mercadoria como outra qualquer, que se compra por critérios de preço ou valor nutricional, conforme as preferências ou o poder aquisitivo. Desaparece a identidade do produto, mas também a sua procedência, pois na medida em que o sistema agroalimentar se internacionaliza, os alimentos deixam de se vincular à terra e ao ambiente local de produção, sendo transplantados para as áreas mais competitivas. O clima deixa de ser determinante, assim como a sazonalidade. Aos consumidores resta acreditar nas qualidades nutricionais e proteicas dos alimentos fornecidos pelas indústrias, pouco importando a origem ou a face de quem os produziu (Lang e Heasman, 2015). As cadeias agroalimentares longas sofrem dessa impessoalidade, e como solução desenvolveram mecanismos de certificação, rastreabilidade e acreditação para satisfazer os receios dos consumidores quanto à qualidade e a sanidade dos produtos. Mas, como se sabe, os certificados e os selos nem sempre dizem muito sobre quem manipulou o que comemos e como foi produzido.

Neste livro pretendemos apresentar uma visão diferente sobre o modo de produzir e consumir alimentos, apresentando o conceito de cadeias curtas e redes agroalimentares ao público brasileiro. Cadeias curtas e redes agroalimentares são termos criados recentemente e seu uso vem crescendo entre estudiosos dos países do norte global, especialmente na Europa. Acreditamos que os conceitos de cadeias curtas de abastecimento e redes agroalimentares podem ser utilizados para descrever processos e fenômenos que estão ocorrendo no sul global, especialmente em países como o Brasil.

A discussão sobre as cadeias curtas se insere no debate mais amplo sobre cadeias de valor. A cadeia de valor refere-se à gama de atividades que acrescentam valor a um produto (uma mercadoria ou serviço) ao longo das diferentes fases de produção visando atender a demanda dos consumidores (Gereffi e Korzeniewicz, 1994; Kaplinsky e Morris 2003; Gereffi, Humphrey e Sturgeon, 2005). Mas a cadeia de valor também pode ser vista como o conjunto dos processos ligados verticalmente e interdependentes que geram valor para o consumidor, bem como as ligações horizontais com outras cadeias de valor que fornecem bens e serviços intermediários. Ou, simplesmente, a cadeia de valor pode ser entendida como um sistema de acordos, arranjos e contratos que liga os agricultores aos consumidores de alimentos normalmente através de um ou mais intermediários (IFAD, 2014).

A referência empírica às cadeias curtas são as cadeias longas, o que implica em reconhecer a pertinência da noção ou conceito de cadeia de valor como uma ferramenta útil para descrever as diferentes etapas envolvidas na interação entre produtores e consumidores de alimentos. Segundo, não pretendemos “importar” uma noção ou categoria estrangeira e sair utilizando de forma desavisada e acrítica. Portanto, vamos refletir sobre os ajustes necessários e a pertinência das cadeias curtas para a nossa realidade. Terceiro, acreditamos que é necessário participar do debate internacional sobre cadeias curtas para aportar nossa contribuição, que pode ser tanto de reconhecimento e concordância como de questionamento ou mesmo refutação. É por estas razões que fizemos um livro que resgata o debate original sobre cadeias curtas e redes agroalimentares mediante a tradução de artigos de autores que publicaram

material seminal sobre o tema, como também estamos apresentando estudos recentes que dão conta da discussão atual.

Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas

As cadeias agroalimentares curtas de abastecimento podem ser entendidas como expressão da vontade dos atores envolvidos em uma cadeia de valor em construir novas formas de interação entre produção e consumo, mediante o resgate da procedência e da identidade dos produtos, assentada não apenas em critérios de preço, mas também em valores sociais, princípios e significados simbólicos, culturais, éticos e ambientais. Neste sentido, a definição de cadeias curtas resgata uma dimensão central das economias de proximidade e de escopo que refere ao papel da geografia e da interação entre espaço e atividade econômica. O artigo de Ilbery et al. (2005) foi pioneiro ao sugerir que a interação entre produto, processo e lugar cria uma nova “geografia alimentar”, que é marcada pelo papel das cadeias curtas em integrar e ligar diferentes atores a um determinado espaço e um modo de fazer (Galli e Brunori, 2013).

Segundo Giuca (2012), as cadeias curtas implicam na redução ou eliminação dos intermediários nas relações entre produtores e consumidores, assim como na diminuição dos locais de passagem interna de uma cadeia de valor, encurtando o itinerário e o percurso de um alimento dentro do sistema agroalimentar. De acordo com Kneafsey et al. (2013), as regulações da União Europeia conferem estatuto de cadeia curta quando existe uma relação comercial de troca, em que é possível identificar e rastrear a cadeia que um alimento percorre do agricultor até o consumidor, envolvendo um número mínimo ou idealmente nenhum intermediário. A questão sobre o número de intermediários necessários entre o produtor e cidadão consumidor é controversa e pode variar segundo diferentes produtos.

No relatório mais recente (EPI-AGRI, 2015), a União Europeia estabeleceu uma definição operacional que prevê os seguintes objetivos para o encurtamento das cadeias alimentares: (a) que o cidadão que consuma o alimento saiba exatamente de onde este provém, como ele foi produzido e, idealmente, o preço pago ao produtor. O produtor ou o intermediário devem compartilhar informações sobre as técnicas de produção e deve ser facilmente contactado pelo cidadão para obter informações, tornando a cadeia alimentar transparente; (b) a cadeia alimentar deve estar estruturada de forma que garanta que o produtor retenha uma parcela maior do valor do alimento que é vendido; e (c) os intermediários devem se tornar parceiros na cadeia alimentar e comprometidos em compartilhar informação sobre as origens dos alimentos.

A tipologia proposta por Renting, Marsden e Banks (2003) para as cadeias curtas continua largamente atual. Segundo os autores, existem basicamente três tipos de cadeias curtas: (a) face a face – são aquelas em que os agricultores interagem diretamente com os consumidores e aspectos sociais como confiança, autenticidade e interação pessoal são essenciais ao seu funcionamento; (b) de proximidade espacial – que são os produtos produzidos e distribuídos em uma região específica de produção e os consumidores geralmente buscam estes alimentos no local de produção ou em locais

de comercialização; (c) as cadeias espacialmente estendidas – que são aquelas em que é necessária a transmissão e a tradução de valores e informações em torno dos produtos e do local de produção aos consumidores de fora de região de produção. Geralmente isto se faz mediante o uso de certificados (*labels*) e selos de qualidade ou de origem.

Segundo Rossi e Guidi (2008) o termo cadeia curta também pode ter outras denominações na literatura, tais como circuitos breves de produção-consumo, redes (ou sistemas) agroalimentares alternativos, cadeia alimentar sustentável ou mesmo circulação curta. Seja qual for a denominação, a maioria das iniciativas visam criar alternativas à lógica e às modalidades organizativas do sistema agroalimentar dominante, buscando o encurtamento das distâncias (físicas, sociais, culturais, econômicas) entre o ‘mundo’ da produção e do consumo. Neste caso, a cadeia curta coincide com a venda direta, em que consumidores e outros tipos de interlocutores, como restaurantes, lojas especializadas ou outros públicos, são os agentes com os quais os produtores de alimentos interagem diretamente sem intermediários.

As principais cadeias curtas existentes são identificadas com as vendas diretas nas propriedades, feiras locais, lojas de agricultores, mercados dos agricultores/produtores (*farmers markets*), as vendas de porta em porta (*box schemes*), a colheita direta pelos consumidores nas unidades produtivas (*pick your own*), o comércio eletrônico, formas de codivisão dos riscos de produção dos alimentos entre consumidores e produtores, os grupos de consumidores coletivos e as diversas modalidades de associações entre produtores e consumidores, por exemplo, as ações do *Slow Food* na Europa e dos Grupos de Aquisições Solidárias (GAS) na Itália (Grasseni, 2013; Brunori, Rossi e Malandrini, 2011). Uma lista destas iniciativas pode ser encontrada na terceira parte deste livro, que apresenta várias experiências internacionais de construção de cadeias curtas, em diversos países.

A discussão sobre as cadeias curtas passou por várias etapas. No princípio, as cadeias curtas de abastecimento eram entendidas como parte das estratégias de “resistência camponesa”, em face da globalização do sistema agroalimentar (Ploeg et al., 2000). Em seguida, surgiram os estudos sobre o interesse de alguns estratos de consumidores urbanos por alimentos mais naturais, frescos e orgânicos. Isso resultou no fortalecimento dos mercados locais e de proximidade, fazendo com que, para além da demanda por alimentos, os consumidores passassem a valorizar a forma como eles são produzidos, os valores culturais relacionados e o modo de preparo tradicional sem aditivos.

Alguns autores destacam que o crescimento das redes agroalimentares alternativas a partir de meados da década de 1990 está relacionada aos problemas e críticas crescentes ao sistema agroalimentar convencional, especialmente à sua insustentabilidade ambiental e ao desenraizamento (Sage, 2013). Como reação, cresceu o interesse pela (re)localização alimentar, assumindo grande importância a questão da procedência e do local de origem da produção alimentar (Allen et al., 2003; Hinrichs, 2003; Kneafsey, 2010). Outras características deste processo de localização e territorialização dos alimentos refere-se ao resgate de elementos da cultura, das tradições e dos aspectos simbólicos e gastronômicos envolvidos na produção, preparo e consumo de alimentos. Esse movimento foi analisado e interpretado pela noção de imersão (*embeddedness*)

dos alimentos em práticas sociais e produtivas que lhes conferiam distinção (Winter, 2003; Hinrichs, 2000). Em face disso, emergiu uma discussão sobre os processos de revalorização ou de reconexão dos alimentos, quer seja aos espaços de produção ou as tradições e ao modo de vida dos produtores (Fonte e Papadapopoulos, 2010).

Também é importante referir alguns desdobramentos que houve na discussão e na agenda de pesquisa sobre cadeias e redes agroalimentares recentes (Renting, Shermer e Rossi, 2012). A partir de determinado momento passou a haver a utilização intercambiada, às vezes até como sinônimo, entre cadeias curtas de abastecimento e redes agroalimentares alternativas (Maye, 2014). A diferença principal e fundamental entre ambas, contudo, está relacionada à perspectiva de interpretação e análise teórica destes processos sociais, uma vez que enquanto um grupo de autores prefere mobilizar o referencial da abordagem das cadeias de valor, outros optaram pela análise de redes sociais. Enquanto a análise das cadeias curtas de valor focaliza o processo de interação dos produtores com os consumidores, explorando as novas formas de gestão e a inovação dos produtos, o enforque nas redes alimentares discute aspectos relacionados ao consumo como um ato político, explorando o potencial alternativo destas experiências, em face do modelo agroalimentar dominante.

É por isso que alguns estudiosos (Tregear, 2011; DuPuis e Goodman, 2005) afirmam que na América do Norte, especialmente nos Estados Unidos e Canadá, os estudos focalizam o potencial das redes agroalimentares como alternativas ao modelo convencional, explorando aspectos relacionados à sustentabilidade da produção e consumo de orgânicos, assim como questões ligadas à segurança e à soberania alimentar (Allen et al., 2003; Guthman, 2008; Alkon e Mares, 2012). Na Europa (especialmente os países do norte europeu como Inglaterra, Holanda, Dinamarca e outros), a preocupação passou a ser com questões relacionadas ao consumo, aos direitos dos consumidores em ter acesso a produtos limpos e diferenciados (Jarosz, 2008; Ilbery et al., 2006; Ilbery e Maye, 2005; Kirwan, 2004 e 2006). Enquanto que as críticas dos norte-americanos se dirigem muito mais ao sistema agroalimentar (McMichael, 2009; Friedmann, 2005), os europeus estariam mais preocupados em reformar suas políticas agrícolas (PAC) e discutir o lugar da produção de alimentos no espaço rural da sociedade pós-industrial (Goodman, 2004; Goodman et al., 2012).

A literatura sobre redes agroalimentares alternativas (RAA) é absolutamente impressionante e cresceu muito rapidamente na última década e meia (Maye, 2014; Holloway et al., 2010; Tregear, 2011). Mas apesar de sua profusão, ainda hoje persistem dúvidas acerca de uma definição precisa das redes agroalimentares alternativas (Eriksen, 2013). Segundo Tregear (2011), uma definição possível de RAA sugere que se trata de sistemas de abastecimento alimentares que são diferentes, ou mesmo contrários, às cadeias convencionais de abastecimento que dominam nos países desenvolvidos e trazem consigo a marca da sensibilidade ecológica como um traço distintivo. As RAA são baseadas em características como o contato direto entre os consumidores e os produtores e as relações de confiança entre ambos, a inserção e imersão em um contexto regional, e a proximidade entre os locais de produção e consumo (Sage, 2003; Kirwan, 2004). Jarosz (2008, p. 232) sugeriu uma definição sobre as RAA que leva em conta quatro elementos principais: (a) o encurtamento das distâncias entre

produtores e consumidores; (b) pelo tamanho e escala reduzida dos estabelecimentos produtores e pelo uso de métodos biológicos ou orgânicos, que contrastam com escala industrial das cadeias longas; (c) pela existência de locais de compra e venda direta de alimentos, tais como feiras, lojas de agricultores, grupos de consumo solidários, entre outros; e (d) por compromissos com as dimensões sociais, econômicas e ambientais da produção, distribuição e consumo sustentável de alimentos.

A abordagem das redes agroalimentares alternativas recebeu um impulso decisivo a partir da formulação das noções de *quality turn* por Goodman (2003) e *economy of qualities* por Callon et al. (2002) e Whatmore et al. (2003). Segundo estes autores, as novas economias se caracterizam por uma virada pela valorização da qualidade dos produtos em um contexto em que os consumidores são cada vez mais reflexivos e relegam os aspectos quantitativos e mesmo o preço dos alimentos a um segundo plano. Esta ideia da virada da qualidade mudou o enfoque das análises das cadeias agroalimentares para os consumidores, suas preferências alimentares, as percepções e as ideologias, levando a uma politização dos alimentos. O deslocamento não foi apenas teórico, mas também empírico, pois o enfoque nas redes agroalimentares alternativas, passou a privilegiar a homologia de posições entre os atores e agentes das cadeias, mediante a afirmação de que a demanda passaria a orientar a produção, conferindo aos consumidores um poder político crescente através de suas opções alimentares, simbolizado pela expressão *vote with your fork* (Portilho e Barbosa, 2016; Whatmore et al., 2003; Wilkinson, 2006).

Um dos aspectos polêmicos das redes agroalimentares alternativas refere-se, exatamente, a sua condição de alternativa ao modelo dominante (Maye, 2014; Eriksen, 2013; Schermer, 2015). Neste sentido, três aspectos são importantes. Primeiro, as RAA se distinguem do sistema convencional porque estão enraizadas em territórios específicos, tradições de produção e culturas alimentares. Ao contrário do anonimato dos produtos das cadeias longas de distribuição, os produtos das redes alternativas chegam aos consumidores com as informações necessárias para reconectar os produtos aos seus produtores e lugares de origem, com as suas técnicas de produção, as tradições alimentares por trás deles e a preservação das características organolépticas. Enquanto as cadeias longas produzem *food from nowhere* (McMichael, 2009, p. 147) as redes agroalimentares alternativas produzem *food from somewhere* (Campbell, 2009).

Em segundo lugar, as RAA buscam promover a inclusão socioeconômica de grupos sociais de produtores e consumidores marginalizados ou excluídos pelo sistema agroalimentar dominante e corporativo. Há um foco explícito no apoio aos pequenos agricultores familiares, aos quais se busca oferecer oportunidades econômicas assim como na promoção de espaços e ocasiões para que os consumidores possam se manifestar em relação as suas preferências alimentares e ter acesso a produtos saudáveis, com qualidade, procedência cultural e a preços justos (Allen et al., 2003; Feenstra, 2002). Finalmente, em terceiro lugar, as RAA procuram ser ambientalmente amigáveis, promovendo e apoiando a produção tradicional, natural e ecológica, bem como dando suporte à redução das pegadas ecológicas e às “milhas alimentares” (Tregear, 2011).

Nos anos recentes, emergiram discussões e críticas sobre outros problemas que estariam limitando o alcance analítico da abordagem das redes agroalimentares

alternativas (Maye, 2014). Houve um forte questionamento do próprio adjetivo “alternativo”, pois alguns estudos demonstram que, na prática, os agricultores, tanto quanto os consumidores, acabam atuando tanto nos sistemas alimentares convencionais como nos alternativos, tornando as fronteiras entre ambos difíceis de serem claramente identificadas. O estudo de Sonnino e Marsden (2006), traduzido neste livro, foi um dos pioneiros a demonstrar a existência deste hibridismo (Holloway et al., 2007; Renting et al., 2012). Os estudos sobre as práticas de consumo, em particular, mostraram que os consumidores de produtos orgânicos também compram produtos convencionais e vice-versa (Seyfang, 2006; Seyfang e Longhurst, 2013). Mais do que um dualismo ou antagonismo, as práticas alimentares dos diferentes atores e agentes tendem a ser interdependentes e permeáveis (Lamine, 2015).

Segundo alguns estudiosos (Bos e Owen, 2016), a agenda atual das redes agroalimentares alternativas estaria se dirigindo aos debates sobre temas como governança das estratégias de abastecimento, políticas alimentares locais e questões de participação comunitária, consumo cidadão e responsável, que tendem a dar mais destaque ao papel dos atores da sociedade civil e das comunidades na promoção e construção de seus sistemas agroalimentares (D’Amico, 2015; Grasseni, 2013; Kirwan et al., 2013). O conceito de “redes alimentares cívicas” está sendo proposto como um passo adiante ao de redes agroalimentares alternativas, em que temas como justiça alimentar, soberania alimentar passam a ser importantes (Renting et al., 2012; Shawki, 2012; Goodman e Sage, 2014; Sage, 2014). Os problemas do escalonamento (*up scale*) e da inclusão de um número maior de produtores também têm sido apontados como temas a serem melhores explorados, assim como a própria natureza dos mercados agroalimentares (Hebink, Ploeg e Schneider, 2014). Busca-se superar os limites das cadeias como unidade de análise para compreensão das redes agroalimentares, assim como o controvertido espaço local deixa de ser a escala em que transcorrem estes processos.

Mas, afinal, qual a relação deste debate e da literatura sobre cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas com os estudos sobre alimentos no Brasil? Vale registrar que fomos despertados para a questão das cadeias curtas de alimentos a partir dos estudos que realizamos sobre as agroindústrias familiares no sul do Brasil (nosso livro sobre as “Sementes e brotos da transição” mostrou que estas iniciativas iam muito além das agroindústrias familiares) (Schneider et al., 2014). Há vários estudos no Brasil sobre as agroindústrias familiares, razão pela qual não carece fazer uma revisão mais alongada. Basta dizer que no Brasil o marco dessa discussão se dá a partir de meados da década de 1990, quando começaram a aparecer alguns artigos sobre os processos de produção, beneficiamento, processamento e comercialização doméstica de alimentos. Em um cenário de afirmação do *agribusiness* (com a criação da Associação Brasileira do Agribusiness – ABAG), chamou muita atenção a análise sobre a capacidade de resistência e inovação dos agricultores familiares, que se mostraram hábeis produtores e comerciantes de seus produtos, vendendo-os especialmente em pequenas feiras ou mesmo de porta em porta aos consumidores.

Os estudos sobre as agroindústrias familiares rurais focalizaram mais a região Sul do Brasil, especialmente Santa Catarina, mas não tardou a aparecerem trabalhos sobre o Nordeste (processamento de polpa de frutas) e mesmo o Norte (castanha e açúcar

no Pará). Uma revisão de alguns dos principais artigos desta época mostra que o foco destes estudos era sobre os processos produtivos (e o tipo de produto), a organização coletiva em associações e pequenas cooperativas, as estratégias de comercialização e, mais recentemente, os gargalos legais em face da informalidade jurídica da maioria destes pequenos empreendimentos. Portanto, é possível dizer que já há uma literatura sobre cadeias agroalimentares curtas no Brasil, que foi sendo desenvolvida nas últimas duas décadas, embora muitas vezes sem se referir a este termo.

O estudo de Mior (2005) sobre as iniciativas de agroindustrialização dos agricultores familiares do Oeste Catarinense é um dos pioneiros. O livro de Wilkinson (2008) também é um bom exemplo de estudo que explica como funcionam as agroindústrias e seus mercados de proximidade social. Mais recentemente, algumas pesquisas (Ferrari e Schneider, 2015; Cassol e Schneider, 2015), ajudaram a evidenciar essa nova economia da qualidade referida por autores das RAAs e presentes nas experiências de cadeias curtas da agricultura familiar, tanto em iniciativas de transformação-venda de alimentos como nos casos das feiras de produtores. Outros estudos (Gazolla, 2012; Schneider e Gazolla, 2015) sobre as inovações produzidas pelos agricultores, em que a construção de mercados (em alguns casos os denominados *nested markets*) que aproximam produtores dos consumidores é entendida como uma novidade construída ativamente pelos atores sociais, especialmente produtores e consumidores. Mais recentemente, vale citar o trabalho de Darolt (2013) sobre as cadeias curtas em alimentos ecológicos e as análises da proximidade entre produtores e consumidores.

A estrutura da obra

Do ponto de vista estrutural, a obra está organizada em quatro grandes partes. Na primeira são apresentados os aspectos teóricos e metodológicos em torno das cadeias curtas e das redes agroalimentares alternativas. O capítulo de abertura, de Henk Renting, Terry Marsden e Jo Banks, define os aspectos de proximidade social e espaciais das cadeias curtas, faz uma tipologia das mesmas e discute seus papéis nos processos de desenvolvimento rural. O segundo capítulo, de David Goodman, discute as relações de produção e consumo localizadas, através dos conceitos de espaço e lugar da Geografia, bem como questões de identidade e o papel dos consumidores, exemplificando com o caso dos bairros de Londres. Adanella Rossi e Gianluca Brunori discutem o papel dos Grupos de Aquisições Solidárias (GAS), na Itália, como consumidores organizados estão construindo práticas alimentares mais saudáveis, inovativas e sustentáveis no sistema agroalimentar.

Roberta Sonnino e Terry Marsden fazem um balanço da discussão sobre as redes agroalimentares alternativas em termos de agenda de estudos, concluindo que estas redes estão imersas e conectadas às redes convencionais, evidenciando comunicação e integração, e não segmentação e separação, como alguns autores as tinham definido. O capítulo de Giovani Beletti e Andrea Marescotti discute os papéis das cadeias curtas nos processos de inovações e busca de eficiência econômica, tanto do ponto de vista logístico-organizacional, dos fluxos de informações e na distribuição

do valor agregado. O trabalho de Moisés Villamil Balestro fecha esta primeira parte, evidenciando diferentes ferramentas analíticas e metodológicas que podem ser utilizadas para a investigação das cadeias curtas, destacando os aspectos/mecanismos de comparação e de causalidade.

A segunda parte da obra apresenta diferentes estudos de casos e experiências brasileiras de construção de cadeias curtas na agricultura familiar. O capítulo de Marcio Gazolla evidencia como funcionam estes mercados nas agroindústrias familiares, utilizando os dados do Censo Agropecuário de 2006, bem como uma análise do ponto de vista das interações sociais entre agricultores e consumidores destes alimentos no Rio Grande do Sul. O capítulo de Abel Cassol e Sergio Schneider discute um tipo de cadeia curta que é muito proeminente em todas as regiões do país – as feiras de produtores – tendo como base empírica o caso de Passo Fundo/RS, evidenciando que estes mercados de alimentos coloniais funcionam com base nas relações de confiança, valores sociais e diferentes definições de qualidade pelos consumidores. O capítulo de Paulo André Niederle e Fernanda Novo da Silva discute os processos de construção social das indicações geográficas de vinhos de diferentes experiências sulinas, evidenciando que os resultados em prol da construção de mercados de proximidade social são muito diferentes nas iniciativas, dependendo das diferentes coalizões e objetivos dos atores sociais que as compõem.

O trabalho de Valéria Veiga Dias, Jean Philippe Révillion e Edson Talamini discute a construção de cadeias curtas em alimentos orgânicos, mostrando que os aspectos da proximidade social entre agricultores e consumidores, as relações de confiança e de lealdade são centrais para que estes mercados funcionem adequadamente. O capítulo de Janaína Deane de Abreu Sá Diniz e Claire Cerdan repercute a importância dos aspectos socioespaciais, para que haja valorização sociocultural e econômica dos produtos da sociobiodiversidade que circulam em cadeias curtas. João Carlos Tedesco fecha esta segunda parte, discutindo as cadeias curtas dos camponeses que também possuem uma identidade de comerciantes, principalmente na beira de estradas na Serra do Botucaraí/RS, demonstrando que os mercados construídos por estes atores sociais são baseados em dádivas, *ethos* caboclo e saberes diversos de produção e troca mercantil.

A parte três da obra apresenta diversas investigações internacionais sobre construção de mercados de circuitos curtos. No capítulo de Luis David Sáez Tonacca, Carlos Andrés Díaz Ramírez e Claus J. Köbrich Grüebler apresenta iniciativas de cadeias curtas na América Latina e Chile, especialmente com ênfase nos diferentes tipos de feiras de produtores camponeses. O trabalho de Moacir Darolt e Claire Lamine apresenta experiências brasileiras e francesas de cadeias curtas ecológicas, ressaltando as iniciativas em torno da agroecologia, lojas de produtores, grupos de consumo e mercados institucionais. O capítulo de Zhenzhong Si, Theresa Schumilas e Steffanie Scott desenha um ‘retrato’ das redes agroalimentares alternativas na China, evidenciando uma diversidade de situações em que estes mercados expressam-se, desde grupos de consumo, feiras, locação de hortas, agricultura comunitária, entre outras.

Leo Dvorstin e Gianluca Brunori discutem os mercados locais de alimentos na Ucrânia, evidenciando que mudanças e crises no papel das elites e no setor varejista ajudaram a sedimentar os mercados locais de alimentos alternativos. James Kirwan e Damian Maye refletem as dimensões do conceito de segurança alimentar no Reino

Unido e tentam integrá-lo com as dinâmicas e papéis dos mercados alimentares locais. Olga Gromascheva e Gianluca Brunori apresentam um panorama das cadeias curtas na Rússia (São Petesburgo) e as possibilidades de desenvolvimento destes mercados a partir da discussão de iniciativas mobilizadas pelos agricultores, por 'plataformas de reconexão' e pelos consumidores.

A quarta parte da obra aborda alguns programas e políticas públicas de apoio à construção de cadeias curtas agroalimentares. Ela é reduzida em relação às demais do livro, justamente por que há poucas ações do Estado, em diferentes níveis territoriais, no sentido de estimular a construção destes mercados no Brasil. O capítulo de Marcio Gazolla discute as dificuldades que os agricultores familiares enfrentam no processo de formalização institucional de suas agroindústrias, em vários níveis do Estado, e apresenta uma série de razões pelas quais muitos agricultores optam por não legalizarem-se, ficando informais nestes canais de comercialização.

André Kuhn Raupp e Marcio Gazolla analisam o Programa de Agroindústria Familiar (PAF) do estado do Rio Grande do Sul, com base em seu histórico, ações desenvolvidas (divididas em três 'fases de vida' da política) e suas contribuições à construção de cadeias curtas para as agroindústrias. No último capítulo da obra, Valdemar João Wesz Junior faz uma análise do Pronaf Agroindústria, desde o surgimento desta modalidade do programa, sua evolução e ações de apoio às atividades de agroindustrialização, bem como suas contribuições nos processos de construção de cadeias curtas agroindustriais na agricultura familiar.

Referências

- ALKON, A.; MARES, T. Food sovereignty in US food movements: radical visions and neoliberal constraints. *Agriculture and Human Values*, 29(3), p. 347-359, 2012.
- ALLEN, P.; FITZ SIMMONS, M.; GOODMAN, M.; WARNER, K. Shifting places in the agrifood landscape: the tectonics of alternative agrifood initiatives in California. *Journal of Rural Studies*, 19, p. 61-75, 2003.
- ARAÚJO, N. B.; WEDEKIN, I.; PINAZZA, L. A. *Complexo agroindustrial: o agribusiness brasileiro*. São Paulo: Agroceres. 1990.
- BOS, E.; OWEN, L. Virtual reconnection: The online spaces of alternative food networks in England. *Journal of Rural Studies*, 45, p. 1-14, 2016.
- BRUNO, R. Agronegócio, palavra política. In: BRUNO, R. *Um Brasil Ambivalente*. Agronegócio, ruralismo e relações de poder. Rio de Janeiro: MauadX/Edur, 2009.
- BRUNO, R.; SEVÁ, J. T. Representação de interesses patronais em tempo de agronegócio. In: MOREIRA, R.; BRUNO, R. (Org.). *Dimensões Rurais de Políticas Brasileiras*. Rio de Janeiro: Mauad X/Edur, 2010.
- BRUNORI, G.; ROSSI, A.; MALANDRIN, V. Co-producing Transition: Innovation Processes in Farms Adhering to Solidarity-based Purchase Groups (GAS) in Tuscany, Italy. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 18 (1), p. 28-53, 2011.
- CALLON, M.; MÉADEL, C.; RABEHARISOA, V. The economy of qualities. *Economy and Society*, v. 31, p. 194-217, 2002.

CAMPBELL, H. Breaking new ground in food regime theory: Corporate environmentalism, ecological feedbacks and the 'food from somewhere' regime? *Agriculture and Human Values*, 26, p. 309-319, 2009.

CASSOL, A.; SCHNEIDER, S. Produção e consumo de alimentos: novas redes e atores. *Lua Nova*, São Paulo, 95, p. 143-177, 2015.

D'AMICO, S. *Alternative Food Networks (AFNs) in Calabria*. A sociological exploration of interaction dynamics. PhD thesis, Wageningen University, Wageningen, 2015.

DAROLT, M. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (Orgs.). *Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura*. Curitiba: Kairós. 2013, 393p., 139-170 pp.

DUPUIS, E. M.; GOODMAN, D. Should we go "home" to eat?: toward a reflexive politics of localism. *J. Rural Stud.*, 21, p. 359-371, 2005.

EIP-AGRI Focus Group Innovative Short Food Supply Chain Management. *The European Innovation Partnership 'Agricultural Productivity and Sustainability'* (EIP-AGRI), Brussels, Dez. 2015,

ERIKSEN, S. N. Defining local food: constructing a new taxonomy e three domains of proximity. *Acta Agric. Scand. Sect. B - Soil. Plant Sci.*, 63 (1), p. 47-55, 2013.

FEENSTRA, G. W. Creating space for sustainable food systems: Lessons from the field. *Agriculture and Human Values*, 19(2), 99-106, 2002.

FERRARI, D.; SCHNEIDER, S. Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar: o processo de realocização da produção agroalimentar em Santa Catarina. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, Lavras, v. 17, n. 1, p. 56-71, 2015.

FORTE, M.; PAPADAPADOPOULOS, A. J. (Ed.). *Naming Food after Places: Food Relocalisation and Knowledge Dynamics in Rural Development*. Aldershot: Ashgate, 2010.

FRIEDMANN, H. From colonialism to green capitalism: Social movements and the emergence of food regimes. In: BUTTEL, F.; McMICHAEL, P. *New directions in the sociology of global development: Research in rural sociology and development*. Vol. 11. Amsterdam: Elsevier, 2005, p. 227-264.

GALLI, F.; BRUNORI, G. Short Food Supply Chains as drivers of sustainable development. *Foodlinks Project*. 2013, 105p.

GAZOLLA, M. *Conhecimentos, produção de novidades e ações institucionais: cadeias curtas das agroindústrias familiares*. 292 f. 2012. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

GEREFFI, G.; J. HUMPHREY, J.; STURGEON, E. T. The governance of global value chains. *Review of international political economy*, 12, n. 1, p. 78-104, 2005.

GEREFFI, G.; KORZENIEWICZ, M. (Ed.). *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport: Greenwood Publishing Group, 1994.

GIUCA, S. Conoscere la filiera corta. In: GIARÉ, F.; GIUCA, S. (Org.). *Agricoltori e filiera corta: profili giuridici e dinamiche socio-economiche*. Roma: INEA, 2012, p. 11-30.

GOODMAN, D. Rural Europe redux? Reflections on alternative agro-food networks and paradigm change. *Sociologia Ruralis*, 44 (1), p. 3-16, 2004.

- GOODMAN, D.; DUPUIS, M. E.; GOODMAN, M. K. *Alternative food networks: knowledge, practice, and politics*. Abingdon: Routledge, 2012.
- GOODMAN, M.; SAGE, C. Food transgressions: ethics, governance and geographies. In: GOODMAN, M.; SAGE, C. (Ed.). *Food Transgressions: Making Sense of Contemporary Food Politics*. Farnham: Ashgate, 2014.
- GOODMANN, D. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, 19, 2003, p.1-7.
- GOSAMO, E. *Biologico a Km zero: filiera corta, contesti solidali locali, territorio e ambiente*. Venezia: Istituto Consumatori e Utenti. 2012, 184p.
- GRASSENI, C. *Beyond Alternative Food Networks: Italy's Solidarity Purchasing Groups*. London: Bloomsbury, 2013.
- GUTHMAN, J. Neoliberalism and the making of food politics in California. *Geoforum*, 39, p. 1171-1183, 2008.
- HEBINK, P.; PLOEG, J. D.; SCHNEIDER, S. (Ed.). *Rural development and the construction of new markets*. Haia: Routledge, 2014
- HIGGENS, V.; DIBDEN, J.; COCKLIN, C. Building alternative agri-food networks: certification, embeddedness and agri-environmental governance. *Journal of Rural Studies*, 24, p. 15-27, 2008.
- HINRICHS, C. Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. *Journal of Rural Studies*, 16 (3), p. 295-303, 2000.
- HINRICHS, C. The practice and politics of food system localisation. *Journal of Rural Studies*, 19, p. 33-45, 2003.
- HOLLOWAY, L.; COX, R.; KNEAFSEY, M.; DOWLER, E.; VENN, L.; TUOMAINEN, H. Are you alternative? 'Alternative' food networks and consumers' definitions of alterity. In: FULLER, D.; JONAS, A.; LEE, R. (Ed.). *Interrogating Alterity: Alternative Economic and Political Spaces*. Aldershot: Ashgate, 2010, p. 161-174.
- HOLLOWAY, L.; KNEAFSEY, M.; VENN, L.; COX, R.; DOWLER, E.; TUOMAINEN, H. Possible food economies: a methodological framework for exploring food production consumption relationships. *Sociol. Rural.*, 47 (1), p. 1-19, 2007.
- IFAD. *How to Do Commodity Value Chain Development Projects: Sustainable Inclusion of Smallholders in Agricultural Value Chains*. How to Do Notes. Policy and Technical Advisory Division. Rome, 2014.
- ILBERY, B.; MAYE, D. Food Supply chains and sustainability: evidence from specialist food producers in the Scottish/English borders. *Land Use Policy*, 22, p. 331-344, 2005.
- ILBERY, B.; MORRIS, C.; BULLER, H.; MAYE, D.; KNEAFSEY, M. Product, process and place: an examination of food marketing and labelling schemes in Europe and North America. *European Urban and Regional Studies*, 12 (2), p. 116-132, 2005.
- ILBERY, B.; WATTS, D.; SIMPSON, S.; GILG, A.; LITTLE, J. Mapping local foods: evidence from two English regions. *British Food Journal*, 108 (3), p. 213-225, 2006.
- JAROSZ, L. The city in the country: growing alternative food networks in metropolitan areas. *J. Rural Stud.*, 24, p. 231-244, 2008.
- KAPLINSKY, R.; MORRIS, M. *A Handbook for Value Chain Research*. Ottawa: International Development Research Center, 2003.

KIRWAN, J. Alternative strategies in the UK agro-food system: interrogating the alterity of farmers' markets. *Sociologia Ruralis*, 44 (4), p. 395-415, 2004.

KIRWAN, J. The interpersonal world of direct marketing: examining conventions of quality at UK farmers' markets. *Journal of Rural Studies*, 22, p. 301-312, 2006.

KIRWAN, J.; ILBERY, B.; MAYE, D.; CAREY, J. Grassroots social innovations and food localisation: an investigation of the local food programme in England. *Glob. Environ. Change*, 23 (5), p. 830-837, 2013.

KNEAFSEY, M. The region in food - important or irrelevant? *Camb. J. Reg. Econ. Soc.*, 3 (2), p. 177-190, 2010.

KNEAFSEY, M.; COX, R.; HOLLOWAY, L.; DOWLER, E.; VENN, L.; TUOMAINEN, H. *Reconnecting Consumers, Producers and Food: Exploring Alternatives*. Oxford: Berg, 2008.

KNEAFSEY, M.; VENN, L.; SCHMUTZ, U.; BALAZS, B.; TRENCHARD, L.; EYDEN-WOOD, T.; BOS, E.; SUTTON, G.; BLACKETT, M.; SANTINI, F.; GOMEZ, S. *Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU: a State of Play of Their Socio-economic Characteristics*. European Commission Joint Research Centre Scientific and Policy Reports, 2013.

LAMINE, C. Sustainability and resilience in agrifood systems: reconnecting agriculture, food and the environment. *Sociol. Rural.*, 55 (1), p. 41-61, 2015.

LANG, T.; HEASMAN, M. *Food wars: the global battle for mouths, minds and markets* Earthscan. 2. ed. London: [s/n], 2015.

MARQUES, F.; CONTERATO, M.; SCHNEIDER, S. Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. (Série Estudos Rurais).

MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Rural Sociol.*, 40, p. 424-438, 2000.

MARSDEN, T.; SONNINO, R. Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. *Journal of Economic Geography*. 6 (2006) pp. 181-199.

MAYE, D. Moving Alternative Food Networks beyond the Niche. *International Journal Of Sociology of Agriculture & Food*, v. 20, n. 3, p. 383-389, 2014.

MCMICHAEL, P. A food regime genealogy. *Journal of Peasant Studies*, 36 (1), p. 139-169, 2009.

MIOR, L. C. *Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural*. Chapecó: Editora Argos, 2005.

O'NEILL, K. J. Situating the 'alternative' within the 'conventional' e local food experiences from the East Riding of Yorkshire, UK. *Journal of Rural Studies*, 35, p. 112-122, 2014.

PLOEG, J. D. van der; RENTING, H.; BRUNORI, G.; KNICKEL, K.; MANNION, J.; MARSDEN, T.; DE ROEST, K.; SEVILLA-GUZMÁN, E.; VENTURA, F. Rural development: from practices and policies towards theory. *Sociol. Rural.*, 40 (4), p. 391-408, 2000.

PORTILHO, F.; BARBOSA, L. A adesão à "causa" rural e da agricultura familiar por consumidores e seus movimentos organizados. In: MARQUES, F.; CONTERATO, M.; SCHNEIDER, S. *Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. (Série Estudos Rurais).

- RAMOS, P. *Dimensões do Agronegócio Brasileiro: Políticas, Instituições e Perspectivas*. Vol. 1. 1. ed. Brasília: NEAD Estudos, 2007.
- RAMOS, P.; REYDON, B. P. (Org.). *Agropecuária e Agroindústria no Brasil: Ajuste, Situação Atual e Perspectivas*. Vol. 1. 1. ed. Campinas: ABRA, 1995.
- RENTING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning*. 2003, volume 35, pages 393-411.
- RENTING, H.; SCHERMER, M.; ROSSI, A. Building food democracy: Exploring civic food networks and newly emerging forms of food citizenship. *International Journal of Sociology of Agriculture & Food*, 19 (3), p. 289-307, 2012.
- ROSSI, A.; GUIDI, F. Le origine della filiera corta e le esperienze in atto. In: ARSIA (Org.). *Guida per l'attivazione di forme collettive di vendita diretta: esperienze, approcci e strumenti*. Firenze: Manuale, 2008, p. 13-30.
- SAGE, C. Social embeddedness and relations of regard: alternative 'good food' networks in south-west Ireland. *J. Rural Stud.*, 19, p. 47-60, 2003.
- SAGE, C. The interconnected challenges for food security from a food regimes perspective: energy, climate and malconsumption. *Journal of Rural Studies*, 29, p. 71- 80, 2013.
- SAGE, C. The transition movement and food sovereignty: from local resilience to global engagement in food system transformation. *Journal Consumer Culture*, 14, p. 254-275, 2014.
- SCHERMER, M. From "Food from Nowhere" to "Food from Here:" changing producer-consumer relations in Austria. *Agriculture and Human Values*, 32, p. 121-132, 2015.
- SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. Seeds and sprouts of rural development: innovations and nested markets in small scale on-farm processing by family farmers in South Brazil. In: MILONE, P.; VENTURA, F.; YE, J. (Ed.). *Constructing a new framework for rural development. Research in Rural Sociology and Development*. Vol. 22. Bingley: Emerald, 2015.
- SCHNEIDER, S.; MENEZES, M.; GOMES DA SILVA, A.; BEZERRA, I. (Org.). *Semestres e brotos da transição: inovação, poder e desenvolvimento em áreas rurais do Brasil*. Porto Alegre: UFRGS, 2014. (Série Estudos Rurais).
- SEYFANG, G. Ecological citizenship and sustainable consumption: examining local organic food networks. *J. Rural Stud.*, 22 (4), p. 383-395, 2006.
- SEYFANG, G.; LONGHURST, N. Growing green money? Mapping community currencies for sustainable development. *Ecological Economics*, 86, p. 65-77, 2013.
- SHAWKI, N. The 2008 food crisis as a critical event for the food sovereignty and food justice movements. *Int. J. Sociol. Agric. Food*, 19 (3), p. 423-444, 2012.
- SONNINO, R.; MARSDEN, T. Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. *Journal of Economic Geography*, 6(2), 181-199, 2006.
- TREGEAR, A. Progressing knowledge in alternative and local food networks: critical reflections and a research agenda. *J. Rural Stud.*, 27 (4), p. 419-430, 2011.
- WHATMORE, S.; STASSART, P.; RENTING, H. What's alternative about alternative food networks? Guest editorial. *Environment and Planning A*, 35, p. 389-391, 2003.

WHATMORE, S.; THORNE, L. Nourishing networks: alternative geographies of food. In: GOODMAN, D.; WATTS, M. (Ed.). *Globalising Food: Agrarian Questions and Global Restructuring*. London: Routledge, 1997.

WILKINSON, J. *Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008. (Série Estudos Rurais).

WILKINSON, J. Network theories and political economy: from attrition to convergence? In: MARSDEN, T.; MURDOCH, J. (Ed.). *Between the Local and the Global: Confronting Complexity in the Contemporary Agri-Food Sector*. Research in Rural Sociology and Development. Vol. 12. Bingley: Emerald, 2006.

WINTER, M. Embeddedness, the new food economy and defensive localism. *Journal of Rural Studies*, 19, p. 23-32, 2003.

WISKERKE, J. S. C. On places lost and places regained: reflections on the alternative food geography and sustainable regional development. *International Planning Studies*, 2010.

Parte I

**Enfoques teórico-metodológicos
sobre cadeias curtas agroalimentares**

Compreendendo as redes alimentares alternativas: o papel de cadeias curtas de abastecimento de alimentos no desenvolvimento rural¹

Henk Renting
Terry Marsden
Jo Banks

Introdução

Nos últimos anos assistimos à emergência de novas formas de dinamismo nos mercados de *commodities* agrícolas. Tais novidades devem ser situadas no contexto de uma transição mais ampla nas economias rurais, caracterizada, por alguns autores, como a virada de um regime alimentar produtivista para um “pós-produtivista” (Ilbery e Bowler, 1998; Schucksmith, 1993), enquanto outros falam do estabelecimento de um novo “paradigma do desenvolvimento rural” (Ploeg et al., 2000). A criação, funcionamento e evolução das “novas” cadeias ou “cadeias alternativas” de abastecimento alimentar é uma das dimensões fundamentais dos novos padrões de desenvolvimento rural que vêm surgindo. Como aponta Marsden (1998, pag. 107), os “mercados de alimentos estão se tornando mais diferenciados com base em uma série de critérios

¹ Tradução de Regina Beatriz A. Vargas e Revisão Técnica de Sergio Schneider.

socialmente construídos sobre qualidade dos alimentos”, resultando no surgimento de novos mercados de especialidades alimentares além dos (e sobrepostos aos) mercados anônimos de alimentos em massa.

A dimensão da cadeia alimentar tornou-se um elemento fundamental que possibilita uma melhor compreensão dos novos padrões de desenvolvimento rural (Marsden et al., 2000a) e, potencialmente, também um alicerce importante para futuras políticas destinadas a influenciar esses padrões. Neste capítulo exploramos alguns aspectos cruciais da relação entre cadeias de abastecimento de alimentos e questões mais amplas do desenvolvimento rural. Estabelece-se aqui uma relação direta entre teoria e prática. Argumenta-se que, para compreender mais plenamente o papel das cadeias de abastecimento alimentar no desenvolvimento rural, precisamos captar a riqueza empírica das redes alimentares alternativas emergentes – examinando como estas são construídas, formadas e reproduzidas no tempo e no espaço – além de entender melhor até que ponto elas realmente são eficazes no que tange aos objetivos do desenvolvimento rural.

A análise contempla ampla referência a exemplos europeus de redes alimentares alternativas. Tais exemplos são retirados dos estudos de caso apresentados no Grupo de Trabalho COST A12 e, sobretudo, dos resultados da pesquisa Europeia IMPACT, sobre o impacto socioeconômico das práticas de desenvolvimento rural. A construção de novas configurações da cadeia de abastecimento alimentar constitui um elemento crucial nas estratégias que fundamentam essas novas práticas, como é caso, por exemplo, de agricultura orgânica, produção especialidades e venda direta. Os números apresentados enfatizam o crescimento surpreendente de novas cadeias de abastecimento alimentar nos últimos anos.

Ao mesmo tempo, uma análise comparativa evidencia a existência de uma diversidade de definições concorrentes para *qualidade* no âmbito dessas cadeias de abastecimento alimentar, tanto entre países quanto dentro desses. Isso é exemplificado pelas maneiras muito diversas em que as demandas de consumidores e as ofertas de novos produtores se articulam a “códigos” de produção específicos (orgânica, integrada, regional, artesanal, etc). Essas diferenças resultam de uma variedade de sistemas agrícolas e configurações territoriais, de diferentes tradições culturais e gastronômicas, de uma diversidade de estruturas organizacionais das cadeias de abastecimento alimentar, de variações nas percepções dos consumidores e, também, de diferenças substanciais no apoio institucional e político.

De início, é importante abordar algumas questões de definição. O termo redes alimentares alternativas (RAAs) é utilizado aqui como um termo amplo para abranger redes emergentes de produtores, consumidores e outros atores que incorporam alternativas ao modo industrial mais padronizado de abastecimento alimentar (Murdoch et al., 2000). Contudo, para compreender a natureza diversa e as dinâmicas das redes alimentares alternativas, entendemos ser necessário empregar conceitos e parâmetros empiricamente identificáveis mais específicos. Assim, neste capítulo tentamos explorar essas diferentes dimensões, começando a especificar empiricamente diferentes tipos de RAAs. No estudo IMPACT, por exemplo, são utilizadas três categorias de redes alternativas ou cadeias curtas de abastecimento de alimentos (CCAAs): agricultura

orgânica, produção de especialidades e venda direta. Tais categorias têm sido repetidamente aplicadas na coleta e análise de evidência empírica. O conceito de CCAA é mais específico que o de RAA e abrange, preferentemente, (as inter-relações entre) atores que estão diretamente envolvidos na produção, processamento, distribuição e consumo de novos produtos alimentares.

Conforme demonstramos neste trabalho, é importante não “prejudicar” demasiadamente ou restringir teoricamente as definições de RAAs, dada a atual carência de trabalhos teóricos e empíricos conduzidos sobre as mesmas. Há uma necessidade urgente de conceitos mais específicos que ajudem a compreender a variabilidade das redes alimentares alternativas e passem a oferecer melhores “instrumentos” para explorar sua heterogeneidade. Este capítulo pode ser visto, em parte, como uma contribuição para a compreensão dos diferentes níveis de definição e especificação conceitual e empírica dessas novas realidades rurais. As RAAs, por sua própria natureza, empregam diferentes construtos e equações sociais envolvendo ecologia, localidade, região, convenção de qualidade e culturas de consumidores. Sendo assim, uma importante tarefa teórica e empírica é a de explorar de que modo elas evoluem e contribuem, de diferentes maneiras, para o desenvolvimento rural: ou, talvez, devêssemos dizer, *desenvolvimentos* rurais.

Na segunda seção examinamos alguns dos problemas associados ao setor alimentar convencional em economias avançadas. A queda na confiança do consumidor, além do contínuo “aperto dos preços” para os produtores rurais, podem ser vistos como definidores de condições mais abrangentes para o desenvolvimento desigual das cadeias de abastecimento alimentar. Passamos, então, a abordar os desafios conceituais e empíricos acima identificados através, primeiramente, da tentativa de explorar os diferentes mecanismos para ampliar as cadeias curtas de abastecimento alimentar no tempo e espaço, e a variedade de definições de qualidade empregadas no âmbito dessas cadeias (Seção 3). Tais conceptualizações são baseadas na análise intensiva de estudos de caso conduzidos como parte dos estudos IMPACT e COST. Na segunda seção analítica, adotamos uma abordagem empírica mais abrangente. Tentamos estimar, através da construção de evidência quantitativa de base nacional, a incidência e o nível de valor agregado adicional alcançados no desenvolvimento de diferentes CCAAs (seção 4). Ambas as seções analíticas são, por sua natureza, exploratórias. Contudo, como discutiremos em maior profundidade na conclusão, elas dão início a uma avaliação crítica das oportunidades, possibilidades e barreiras para uma maior difusão das CCAAs, e da potencial contribuição dessas cadeias curtas para aspectos mais gerais do desenvolvimento rural.

A análise exploratória precedente passa, então, não só a demonstrar a diversidade inerente a tais práticas de desenvolvimento rural, como também a levantar algumas questões importantes sobre sua evolução no tempo e no espaço, e sobre o grau em que diferentes formas de apoio institucional constituem um pré-requisito indispensável à sua continuidade. Assim, ela ajuda a avaliar criticamente se o recente crescimento das CCAAs representa um contramovimento duradouro, ou uma onda passageira de iniciativas locais potencialmente abortivas.

Definição das condições para o surgimento das RAAs

Há muito argumenta-se que as Redes Agroalimentares Alternativas constituem uma solução potencial para os problemas de regiões rurais periféricas. De fato, os nichos de mercado resultantes de novos processos de comoditização² nos mercados de alimentos têm sido vistos tradicionalmente como relevantes, principalmente para as áreas rurais menos favorecidas. Considerou-se que eles incorporavam uma potencial saída para sistemas de produção regionais vulneráveis, cuja sobrevivência estava ameaçada pela liberalização dos mercados e por avanços tecnológicos produtivistas (Ilbery e Kneafsey, 1999; OECD, 1995). Muito menos referência fez-se a regiões que estavam altamente integradas aos mercados de alimentos globais, como a Holanda e boa parte do Reino Unido, onde o discurso dominante anteviu uma expansão contínua dos sistemas de produção de alimentos, consoante com a modernização e dentro de estruturas de mercado convencionais.

A realidade dos eventos mais recentes sugere que esse discurso dominante foi, em grande medida, equivocado. Atualmente, segundo muitos, estamos testemunhando um crescimento impressionante de uma variedade de novos circuitos de produção e comércio de alimentos que se situam fora do modelo de agricultura convencional. Embora ainda altamente fragmentadas e casuais, essas novas práticas de desenvolvimento rural têm sido cada vez mais bem documentadas³. Isso evidencia que sua ocorrência de modo nenhum está restrita a áreas periféricas e que elas se estão disseminando, na mesma medida, em partes do interior da Europa previamente consideradas como “polos de crescimento” da agricultura produtivista.

O surgimento de novos circuitos alimentares em economias de agricultura globalizada deve ser visto no contexto de uma série de mudanças fundamentais ao longo dos diferentes elos da cadeia agroalimentar. Sob a perspectiva do consumo na cadeia agroalimentar, ocorreram transições importantes na percepção dos consumidores sobre alimentos e agricultura. Tais mudanças podem ser vistas, em parte, como conseqüências de um aumento mais geral da preocupação do público com questões como ecologia, saúde e bem-estar animal, resultando no surgimento de um potencial mercado para produtos alimentícios que se distinguem, de modo confiável, em um ou mais dos aspectos questionados da qualidade dos alimentos. Contudo, a mudança nas percepções do consumidor foi alimentada, principalmente, pela crescente falta de confiança na qualidade dos alimentos procedentes da agricultura convencional. Desde o final da década de 1970, a imagem pública da agricultura passou a ser dominada por um fluxo contínuo de “escândalos alimentares”, variando desde salmonela e encefalopatia espongiforme bovina (EEB) até resíduos de dioxina no leite. Enquanto

² Long e Ploeg (1988) definem comoditização como a ampliação dos mercados a novas esferas de atividade ou a imposição de novos tipos de relações de mercado nas já existentes.

³ Interessantes, com relação a isso, são os panoramas do tipo “atlas” das inovações rurais que vêm sendo publicados em diversos países (por exemplo IATP, 1998; Stassart e Engelen, 1999; van Broekhuizen et al., 1997; e Ploeg et al., 2002). A base de dados LEADER também possui diversos casos interessantes (LEADER, 2000).

governos e especialistas enfatizavam repetidamente que supostos riscos à saúde não possuem qualquer base científica, a falta de confiança dos consumidores na produção alimentar moderna foi arraigando-se (Goodman, 1999). Novos fatos – seja a introdução de organismos geneticamente modificados (OGMs) ou o recente surto de febre aftosa – são percebidos, na realidade subjetiva de muitos consumidores, como confirmações de sua visão negativa da produção moderna de alimentos.

Um relatório do Conselho Holandês para Áreas Rurais (Council for Rural Areas, 1998) aponta a capacidade de recuperar a confiança dos consumidores como o principal fator condicionante do futuro desenvolvimento dos mercados de alimentos. A dissociação entre produção, processamento e consumo de alimentos – inerente ao modo industrial de abastecimento alimentar – criou uma necessidade estrutural de estabelecer-se algum tipo de garantia de qualidade alimentar institucionalizada. No passado, quando o alimento era produzido nas imediações ou mesmo no próprio domicílio, tal necessidade era menos aparente. “O que o agricultor não conhece, ele não come” diz o provérbio holandês, indicando que, no passado, a percepção de qualidade do alimento estava baseada, principalmente, na observação pessoal e nas redes sociais formadas na vizinhança direta. Com a expansão dos mercados de alimentos em massa, a regulação da qualidade dos alimentos tornou-se necessariamente mais institucionalizada, resultando no surgimento de um sistema especializado de agências (semi)governamentais para o controle da qualidade e a padronização dos alimentos segundo parâmetros técnicos objetivados e mensuráveis. Por muitas décadas, este arranjo usufruiu de amplo apoio social. Hoje, no entanto, a produção de alimentos industrializados está sob fogo cerrado e questionam-se também, de forma crescente, tanto o regime institucional convencional como os padrões de qualidade objetivados que este incorpora. Grandes grupos de consumidores já não acreditam ou confiam incondicionalmente no sistema especializado, formalmente designado para proteger a segurança do que comem e bebem⁴.

Futuros desenvolvimentos em mercados alimentares dependem significativamente da capacidade diferenciada dos circuitos alimentares de recuperarem a confiança do consumidor e estabelecerem novos arranjos institucionais com garantias fidedignas da qualidade dos alimentos. Isso deve ser examinado no contexto de um mercado altamente dinâmico, que apresenta tendências e modas, e no qual, muitas vezes, os produtos desaparecem tão rapidamente quanto surgiram⁵. O consumo de alimentos está cada vez mais entremeado com os diferentes estilos de vida. Isso significa que diferentes imagens e expectativas, às vezes totalmente opostas, são projetadas em produtos alimentícios. Ao invés de atender a padrões mínimos de qualidade, os futuros alimentos serão cada vez mais “customizados” e “socialmente construídos”

⁴ Curiosamente, esta tendência não está restrita à produção de alimentos, mas também é clara em outras esferas da “sociedade de risco” contemporânea (Beck, 1992). Ela pode estar relacionada com a redução da transparência e o crescimento do anonimato nas relações de produção nas economias globalizadas.

⁵ Um relatório recente da consultoria Moret Ernst & Young declara que dois entre três produtos recém introduzidos desaparecem das prateleiras dos supermercados dentro de um ano. Para produtos “eu também”, destinados para o lucro por imitação das inovações de outros, o fracasso é de 80%.

para atender demandas específicas⁶. Quando a expectativa é de fácil preparo, são criados alimentos de conveniência (pré-lavados, pré-cortados e pré-cozidos); quando restrições de tempo dominam, surge o *fast food*. As definições de qualidade também são contextuais para alimentos saudáveis, alimentos de qualidade/especialidades regionais, alimentos orgânicos, *slow food* etc. Até mesmo dentro de diferentes esferas de atividade do cotidiano de um indivíduo, as expectativas de qualidade podem divergir consideravelmente, resultando em demandas “híbridas” complexas, e algumas vezes internamente contraditórias, por parte do consumidor⁷.

Sob a perspectiva do produtor na cadeia agroalimentar, o surgimento de novas cadeias de abastecimento também deve ser visto sob a óptica da contínua e crescente pressão sobre os rendimentos agrícolas. A abordagem de modernização na agricultura incorporou uma lógica econômica específica em que se mantinham os rendimentos agrícolas através do aumento do volume da produção total e, simultaneamente, da melhoria da eficiência técnica da produção (Ploeg et al., 2000). Por diversas razões, este modelo, tão bem-sucedido no passado atingiu seu limite no final do século 20. O volume de produção total não poderia mais ser expandido devido à saturação do mercado, ao aumento das possibilidades de abastecimento da indústria de alimentos com matérias-primas não agrícolas, e à crescente oposição ao “dumping” de excedentes nos mercados mundiais.

Ao mesmo tempo, os custos de produção aumentaram drasticamente. Isso é, em parte, resultado da “esteira tecnológica” (Cochrane, 1979), que pressiona agricultores a investirem continuamente em novas tecnologias para não perderem a corrida por menores custos de produção. Além disso, as unidades agrícolas precisam dar conta de diversos investimentos obrigatórios – novas regulamentações ambientais, padrões de bem-estar animal e medidas sanitárias⁸. Os requisitos da indústria alimentícia e do varejo para os produtos agrícolas têm um efeito similar de aumento de custos. O acesso aos mercados, cada vez mais, é condicionado à capacidade de atender a critérios específicos relacionados a variedade e aparência dos produtos, selos de adesão a boas práticas e capacidade de entregas flexíveis. As “esteiras regulatórias” associadas a isto (Ward, 1993) raramente são compensadas com maiores retornos financeiros.

Portanto, a evolução dos mercados de alimentos em massa configura-se como um “aperto” (ver figura 1) que vem provocando redução estrutural das margens econômicas (Ploeg et al., 2000). Soluções convencionais, muitas vezes, já não são possíveis, pois a produção agrícola, cada vez mais, é limitada por sistemas de quotas e regulações ambientais. Soluções mais promissoras são encontradas em novas formas de aumentar rendimentos financeiros como, por exemplo, diversificando com novas atividades (gestão da natureza e da paisagem, agroturismo etc.), ou através do aumento do valor

⁶ Com relação a isso, Lash e Urry (1994) identificam a crescente “força do *design*” da produção como uma característica fundamental do sistema de produção contemporâneo.

⁷ Em férias no campo, não temos as mesmas expectativas de qualidade em relação à comida que temos em casa ou na cantina de nosso local de trabalho.

⁸ Em outro trabalho denominamos isto de modo “higiénico” burocrático de produção de alimentos (Marsden et al., 2001)

agregado de produtos agrícolas (produção de qualidade, processamento local, venda direta etc.). Outra opção envolve novas formas de redução de custos, por exemplo, formas inovadoras de reter custos relacionados à “esteira regulatória”⁹.

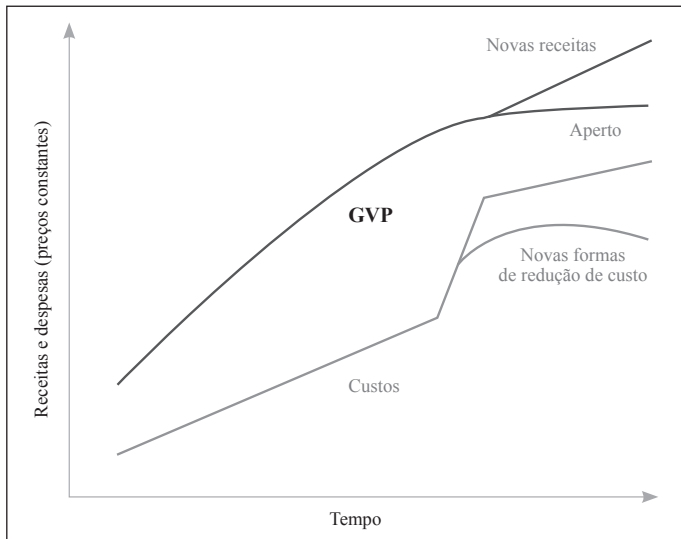


Figura 1. Desenvolvimento agrícola pós-guerra e os contornos do desenvolvimento rural.

Nota: GVP - gross value of production / valor bruto da produção

É exatamente essa saída do “aperto”, cada vez mais adotada por agricultores, que possibilita entender o surgimento das RAAs e das formas diversificadas e multifuncionais de agricultura. Um número crescente de agricultores está hoje pronto a tentar a sorte com formas de produção alternativas e novos modos de comercialização, convictos de que a produção de alimentos em massa já não proporciona continuidade nem renda suficiente para sua atividade agrícola. Essas práticas de desenvolvimento rural constituem uma resposta proativa dos agricultores à constante mudança do contexto econômico e político de seus empreendimentos, e correspondem, pelo menos em parte, à compreensível defesa dos próprios interesses por parte da população rural europeia. Nesse cenário, as CCAAs representam iniciativas dos produtores para recuperarem valor na cadeia de abastecimento, na expectativa de minimizarem os problemas usuais do aperto dos preços. Tais processos de “encurtamento dos cir-

⁹ Um exemplo notável são as “cooperativas ambientais” que surgiram na agricultura holandesa (Renting e Ploeg, 2001). Ao assumir responsabilidade coletiva pela sustentabilidade ecológica do desenvolvimento rural em sua região, estas novas cooperativas negociaram sua autonomia para implementarem políticas de forma mais flexível e ajustada às condições locais. Diversos investimentos obrigatórios relacionados às “esteiras regulatórias” puderam, assim, ser evitados.

cuitos” das cadeias convencionais assumem diferentes formatos ao longo do tempo e do espaço. Nas duas seções seguintes, exploraremos como se pode mapear empírica e conceitualmente o formato dessas práticas de desenvolvimento rural.

Explorando a morfologia e as dinâmicas das RAAs

Em que medida, então, essas tendências gerais regulatórias e por parte dos consumidores, inerentes ao sistema agroalimentar convencional, estão favorecendo o desenvolvimento de alternativas? Apesar das fortes evidências do surgimento, em toda a Europa, de novas redes alimentares, ainda é muito cedo para avaliar sua viabilidade e eficiência no alcance das metas de agricultura sustentável e desenvolvimento rural. Isso é, em parte, consequência da falta de dados empíricos de alcance e qualidade suficientes, mas se deve, também, ao estágio de desenvolvimento relativamente incipiente de várias experiências. Entretanto, sugerimos ser importante compreender mais claramente o potencial dessas práticas inovadoras. Especial desafio reside em ir além das singularidades dos casos individuais, avançando em direção a um panorama mais amplo e a análises comparativas de seu alcance e impacto.

A reconfiguração das cadeias de abastecimento é um mecanismo importante subjacente à emergência de novas práticas de desenvolvimento rural. As CCAAs têm potencial para deslocar a produção de alimentos do “modo industrial”, escapando das longas e complexas cadeias industriais racionalmente organizadas (Marsden et al., 2000b), nas quais torna-se cada vez menor a proporção do valor agregado total captada pelos produtores primários. Ao mesmo tempo, as novas cadeias de abastecimento alimentar constituem importantes canais para a criação de novos vínculos entre agricultura e sociedade, produtores e consumidores. Elas aproximam os consumidores da origem de seus alimentos e, em muitos casos, envolvem um contato mais direto entre agricultores e usuários finais de seus produtos. Uma característica importante dessas novas cadeias é sua capacidade de ressocializar e re-especializar o alimento, possibilitando ao consumidor novas valorações sobre a conveniência relativa dos alimentos, com base em seu próprio conhecimento, experiência ou visão. Em geral esses alimentos caracterizam-se em função do local, ou mesmo da granja específica em que são produzidos e servem para gerar uma imagem da propriedade e/ou da região como fonte de qualidade. Com isso, geralmente formam-se vínculos mais diretos entre, de um lado, a atividade agrícola e, de outro, a natureza rural, as paisagens culturais e os recursos locais – o que os franceses chamam de *terroir* da produção agrícola (ver Barjolle et al., 1998).

Por essas razões, ao invés dos adjetivos imprecisos “novo” e “alternativo”, preferimos “curto” como um denominador comum para os tipos de cadeia de abastecimento alimentar que vêm surgindo no âmbito do desenvolvimento rural. Por um lado, as CCAAs “encurtam os circuitos” das longas e anônimas cadeias de abastecimento características do modo industrial de produção de alimentos. Por outro lado, as relações produtor-consumidor são “encurtadas” e redefinidas através de indicações claras da procedência e dos atributos de qualidade dos alimentos e da formação de cadeias transparentes, através das quais o consumidor tem acesso a produtos que

portam considerável informação de valor. Por fim, as CCAAs constituem um canal importante para o “encurtamento” das relações entre a produção de alimentos e a localidade, podendo, assim, promover a reintegração da agricultura a modos de produção ambientalmente mais sustentáveis.

O surgimento inesperado das CCAAs revela a necessidade urgente de melhores conceptualizações dos modos como os mercados são socialmente construídos. Na economia neoclássica, “o mercado” aparece simplesmente como algo externo ao mundo social e considera-se que seu desenlace corresponde a uma lógica própria, singular, ou a uma “mão mágica”. A emergência de novos mercados de alimentos indica que cadeias curtas de abastecimento não resultam de algum tipo de “livre mercado” externo e indeterminado. Ao contrário, emergem da construção ativa de redes por vários atores na cadeia agroalimentar – agricultores, processadores de alimentos, atacadistas, varejistas e consumidores. Portanto, para compreender a evolução do mercado de alimentos, precisamos de uma “sociologia do mercado” (Marsden e Arce, 1995) que busque decifrar os padrões de interação social entre diferentes atores na cadeia agroalimentar, e analisar como as cadeias de abastecimento se estruturam como arranjos em que se interconectam os projetos desses atores (Ploeg e Frouws, 1999).

As dimensões das CCAAs

Um dos passos essenciais para o avanço da agenda aqui proposta é o desenvolvimento de uma melhor compreensão da morfologia e das dinâmicas das CCAAs, de forma a captar sua diversidade empírica no interior da Europa. Como compreender as diferentes maneiras em que demandas de consumidores e ofertas de produtores se articulam através de “códigos” de produção específicos (orgânico, regional, artesanal, etc.)? E por que, em muitos casos, isso vem acompanhado de novas estruturas de mercado, enquanto, em outros, oferta e demanda são articuladas por agentes de mercado convencionais? Ao tratar dessas questões, é importante extrapolar a simples descrição de fluxos de produtos e focar nossa análise no tipo de relação entre produtores e consumidores nessas cadeias de abastecimento, e no papel dessas relações na construção de valor e significado, ao invés de examinar apenas o tipo de produto.

Com base em uma análise comparativa de casos, conduzida como parte dos estudos IMPACT e COST, identificaram-se duas dimensões interconexas para descrever a variedade empírica das relações produtor-consumidor nas CCAAs. Uma primeira dimensão refere-se à estrutura organizacional dessas cadeias e aos seus mecanismos específicos de ampliação das relações no tempo e no espaço. Uma segunda dimensão diz respeito às diferentes definições e convenções de qualidade envolvidas na construção e na operação das CCAAs. Com relação à primeira dimensão, distinguem-se três posições, correspondendo a diferentes mecanismos para estender as CCAAs a maiores distâncias no tempo e no espaço (figura 2). É importante observar que um mesmo negócio pode envolver-se no fornecimento a uma ou mais dessas diferentes cadeias de abastecimento alimentar.

Uma primeira categoria de CCAAs baseia-se essencialmente em interações face-a-face como um mecanismo de alinhamento das redes produtores-consumidores.

Consumidores adquirem produtos diretamente do produtor ou processador, sendo autenticidade e confiança mediadas pela interação pessoal. Esta categoria coincide em boa parte com uma definição limitada de vendas diretas, seja através de venda em beira de estrada, “colha e pague”, feiras de agricultores, ou tendas rurais (Holloway e Kneafsey, 2000; Knickel e Hof, 2002; Pretty, 1998). Conceitos de comercialização do tipo cestas prontas, encomendas e venda de porta em porta oferecem algumas possibilidades para ampliar o alcance dessa forma de CCAA, mas estão, em grande parte, restritos a propriedades rurais específicas. A internet proporciona hoje oportunidades para novas variações do contato “face-a-face” através de comércio *online* e *e-commerce*.

CCAAs Face-a-face	↔ CCAAs próximas ↔	CCAAs ampliadas
Tendas rurais	Grupos de tendas rurais	Selos de certificação
Feiras de agricultores	Marcas regionais	Códigos de produção
Venda de beira de estrada	Cooperativas de consumidores	Efeitos de reputação
Colha e pague	Agricultura de base comunitária	
Cestas prontas	Roteiros temáticos (articulações no espaço)	
Venda de porta em porta	Eventos especiais, feiras (articulação no tempo)	
Encomendas	Mercearias locais, restaurantes, empreendimentos turísticos	
E-commerce	Varejistas “dedicados” (por exemplo, lojas de alimentos integrais, especializados ou dietéticos)	
	<i>Catering</i> para instituições (cantinas, escolas)	
	Vendas para emigrantes	

Figura 2. Diferentes mecanismos de ampliação das cadeias curtas de abastecimento de alimentos (CCAAs) no tempo e no espaço.

Uma segunda categoria das CCAAs amplia seu alcance além da interação direta e apoia-se essencialmente em relações de proximidade. Evidentemente, ampliar as

CCAAs a distâncias mais longas no tempo e no espaço supõe a criação de arranjos institucionais mais complexos. O mais comum é a cooperação entre produtores que, por exemplo, ampliam a variedade dos produtos que oferecem através da troca de produtos entre tendas rurais ou da combinação de determinados produtos sob uma marca de especialidade regional (Banks, 2001; Roep, 2002). Cooperativas de consumidores e “agricultura de base comunitária” são exemplos em que consumidores unem seu poder de compra para facilitar a ampliação das CCAAs (Alonso Mielgo e Guzmán Casado, 2001; Farnsworth et al., 1996; Mormont e van Huylenbroeck, 2001). As redes apoiam-se geralmente em proximidade espacial, através da qual produtos são vendidos na região (ou local) de produção e consumidores (por exemplo, turistas) são informados da natureza “local” do produto no ponto de venda. A articulação das atividades no tempo e no espaço, através da organização de eventos específicos, feiras ou roteiros temáticos (Brunori e Rossi, 2000) pode contribuir para a identidade regional dos produtos, atrair consumidores e, dessa forma, ampliar mais as CCAAs. Redes produtor-consumidores também podem basear-se em proximidade cultural, como no caso da venda de especialidades regionais para emigrantes (LEADER, 2000). CCAAs próximas frequentemente incluem atores intermediários da cadeia agroalimentar, os quais assumem a função de garantir a autenticidade dos produtos. Alguns exemplos são mercearias locais e restaurantes (para produtos regionais), mas também varejistas especializados como de “produtos integrais” e lojas de produtos dietéticos, que desempenham um papel importante na comercialização de produtos orgânicos (Michelsen et al., 2000; Miele, 2001).

Uma terceira categoria amplia ainda mais o alcance das CCAAs a relações entendidas no tempo e no espaço. Nesse tipo de cadeia, os produtos são vendidos para consumidores fora da região de produção, que podem não ter qualquer experiência pessoal com aquela localidade. Em muitos casos, os produtos são exportados de uma região para o mercado nacional, mas algumas CCAAs ampliadas podem atingir distâncias maiores, com cobertura global. Exemplos disso são especialidades regionais muito conhecidas como o vinho de Champagne ou o queijo Parmigiano Reggiano (de Roest, 2000), mas também produtos do “comércio justo” como café e chá (Renard, 1999; Whatmore e Thorne, 1997). Tais redes globais ainda são cadeias “curtas” de abastecimento de alimentos: não é a distância percorrida pelo produto que constitui o fator crítico, e sim o fato de o mesmo incorporar informação portadora de valor ao alcançar o consumidor; por exemplo, impressa em embalagens ou comunicada no ponto de venda. Isso permite ao consumidor conectar-se ao local/espço de produção e, potencialmente, aos valores das pessoas envolvidas e dos métodos de produção utilizados. O traslado exitoso da informação permite que os produtos se diferenciem das *commodities* mais anônimas e afirmam um preço maior se a informação codificada for considerada valiosa pelos consumidores.

CCAAs ampliadas dependem essencialmente das convenções institucionalizadas, códigos e mediadores que possibilitem tanto o alongamento das redes produtor-consumidor quanto a “ação à distância” (Whatmore e Thorne, 1997). Às vezes, as redes podem alinhar-se com base nos “efeitos de reputação” (Shapiro, 1983), mas, nesse caso, é difícil proteger a exclusividade do produto, e os mercados tornam-se

propensos a imitações e à pressão por redução dos preços. Assim, as CCAAs ampliadas envolvem geralmente a criação de códigos institucionais mais formais (por exemplo, selos) que especificam as normas para produção, processamento e outros estágios da cadeia agroalimentar. Em lugar das redes de confiança, a autenticidade dos produtos é, nesse caso, amparada pela garantia de uma base jurídica formal para marcas e selos e pelo envolvimento de órgãos externos independentes de controle e certificação. Os custos de transação daí decorrentes e os custos de transporte relativamente elevados acentuam a importância de economias de escala e podem transformar agentes de mercado maiores (convencionais) em “pontos de passagem obrigatória” (Callon, 1986) nas CCAAs ampliadas.

As definições e convenções de qualidade específicas à operação das novas redes alimentares constituem uma segunda dimensão que distingue as expressões empíricas das CCAAs. Todas as cadeias curtas de abastecimento alimentar operam, pelo menos em parte, sob o princípio de que quanto mais enraizado e diferenciado for um produto, mais raro ele será no mercado. A diferenciação do produto implica a construção de relações de mercado transparentes em torno de conjuntos específicos de definições de qualidade compartilhadas por todas as partes envolvidas e suficientemente comunicadas aos consumidores para convencê-los a pagar preços mais altos. Ao examinar a variedade empírica das CCAAs, podem-se identificar duas categorias principais de definições de qualidade (ver figura 3).

Características regionais ou artesanais primordiais		Características ecológicas ou naturais primordiais
(Conexão com local de produção ou produtor)		(Conexão com bioprocessos)
designação de origem (por ex., denominação de origem protegida/ indicação geográfica protegida)	↔	orgânico
produtos de granja ou caseiros	“Híbridos”	integrado
típico, especialidade		natural
processamento na granja		saudável, seguro
tradicional		sem confinamento
comércio justo		livre de OGM

Figura 3. Diferentes definições e convenções de qualidade empregadas nas cadeias curtas de abastecimento de alimentos.

Uma primeira categoria de CCAAs enfatiza sobretudo os atributos de qualidade dos produtos e seu local de produção ou produtor. Características específicas do local de produção (condições naturais, tradições culturais e gastronômicas, etc.) ou do processo de produção (artesanal, tradicional, na propriedade rural, etc.) são parâmetros decisivos para definir a qualidade do produto e, em muitos casos, são apontados como determinantes de sabores e aparências distintivas (típicas). O exemplo mais evidente são as especialidades regionais com indicação de origem (protegida) (Sylvander et al., 2000).¹⁰ Já os produtos de granja ou caseiros ressaltam a natureza artesanal do processo de produção e a experiência e habilidade dos produtores, mas, em muitos casos, referem-se também, implicitamente, a heranças culturais e tradições (locais). Definições de qualidade baseadas no “comércio justo” também são incluídas nessa categoria, por sua ênfase nas conexões com produtores, embora, neste caso, sejam as considerações sobre ética e justiça os fatores primordiais.

Um segundo grupo de CCAAs define qualidade em termos das conexões de produção e consumo de alimentos com os bioprocessos. Essa categoria inclui produtos que, em resposta às preocupações do público com ecologia, distinguem-se por métodos de produção que respeitam o meio ambiente, tais como produção orgânica e integrada. Além de selos com especificações claras, há um vasto leque de produtos ditos, de forma mais geral, “naturais”. Se, em parte, esses se apoiam em uma imagem romântica da atividade rural (tradicional), expressam também uma tendência de valorização de formas de agricultura multifuncional como, por exemplo, por sua contribuição para a natureza e paisagens rurais. Esta categoria também inclui produtos concebidos como mais saudáveis e seguros. Apesar de tais alegações raramente serem explícitas, parece ser “senso comum” entre consumidores que produtos feitos com menos substâncias químicas (ou livres de OGM) são mais saudáveis (Nygard e Storstad, 1998). Um tipo de definição de qualidade inserido aqui refere-se aos produtos “sem confinamento”, que se distinguem pelo respeito ao comportamento natural e bem-estar dos animais.

Vale destacar que, na verdade, nem sempre se podem estabelecer distinções claras entre as diversas definições de qualidade, e os limites entre as categorias se tornam difusos. Isso resulta, em parte, de associações feitas por consumidores, conforme indicado acima, mas várias CCAAs também criam ativamente “híbridos” de diferentes atributos de qualidade. É o caso, por exemplo, de produtos regionais que, como parte da imagem do produto, destacam o papel da agricultura na preservação da paisagem rural. Há também exemplos de produtos ecologicamente sustentáveis que ampliam sua identidade incluindo uma dimensão regional. É importante destacar que as convenções de qualidade envolvem mais do que meramente a linguagem das regras de produção: elas se referem, sobretudo, às percepções e discursos dos atores envolvidos e são influenciadas por conhecimentos pessoais (leigos), interesses e bagagens culturais desses atores. Evidentemente, nesse ponto, ocorrem disputas importantes entre os atores envolvidos nas CCAAs, bem como tentativas de estabelecer acordos e alianças.

¹⁰ Os produtos DOP (denominação de origem protegida) e IGP (indicação geográfica protegida) são controlados pela regulamentação da UE 2081/92.

Evidência empírica da incidência e impacto das RAAs na Europa

A tipologia descrita possibilita-nos compreender melhor os mecanismos e dinâmicas subjacentes às CCAAs e, conforme demonstrado em outros trabalhos (ver Marsden et al., 2000a), pode ser aplicada com êxito a uma análise comparativa de casos exemplares das RAAs. No presente capítulo, não seguimos esta linha argumentativa. Em lugar disso, ampliamos nossa perspectiva e exploramos evidências empíricas mais quantitativas sobre a incidência e o impacto gerais das CCAAs na Europa. É preciso reconhecer que qualquer tentativa de se obter um panorama tão amplo é seriamente dificultada pela falta de dados oficiais com suficientes alcance e qualidade (Knickel e Renting, 2000) e, portanto, deve ser exploratória. Consequentemente, muitas das questões conceituais mais profundas anteriormente levantadas seguem sendo especulativas. O único tipo de CCAA para o qual alguns dados padronizados (mas não livres de problemas) têm sido produzidos nos últimos anos, no contexto da Europa, é o da agricultura orgânica. Todos os demais campos carecem de qualquer panorama abrangente, o que evidentemente representa um sério obstáculo para o monitoramento e análise adequados desses novos desenvolvimentos rurais.

Apesar dessas limitações, o projeto IMPACT teve êxito em produzir um panorama da difusão e do impacto das CCAAs em sete países europeus: juntos, esses países representam entre 75-85% da agricultura no EU15¹¹. Quando possível, foram utilizados dados de estatísticas oficiais (nacionais) e fontes secundárias; mas, em muitos casos, diversos métodos de pesquisa complementares (incluindo levantamentos, consulta a especialistas e *grey data*) tiveram de ser aplicados (Renting et al., 2002). A Tabela 1 fornece um panorama da incidência de diferentes tipos de CCAAs identificados através da aplicação desses múltiplos métodos. Os números fornecem uma indicação sistemática e consistente da amplitude e da diversidade das CCAAs na Europa, tanto com relação à sua incidência quanto ao tipo de atividades em diferentes contextos nacionais. É necessário ter em conta que, provavelmente, ainda restam “pontos cegos” e, por essa razão, os números reais podem ser maiores. Além disso, devido à disponibilidade de dados, o ano de 1998 foi utilizado como referência e, desde então, as cadeias curtas de abastecimento alimentar parecem ter-se expandido significativamente.

Infelizmente, os dados disponíveis não permitiram aplicar plenamente a tipologia diferenciada de CCAAs descrita na seção anterior. Em vez disso, os dados foram coletados de acordo com três campos de atividade distintos e empiricamente definidos: *agricultura orgânica*, *produção de especialidades* (incluindo processamento na propriedade rural) e *venda direta*. Enquanto a categoria venda direta coincide amplamente com a face-a-face das CCAAs, agricultura orgânica e produção de especialidades po-

¹¹ São eles: Holanda, Reino Unido, Irlanda, Alemanha, Itália, Espanha e França. Juntos representam 76% de total de propriedades agrícolas, 84% da área agrícola utilizada e 84% do valor agregado líquido total da agricultura (dados da Eurostat 1997).

dem cobrir os três tipos de CCAAs e são caracterizadas, principalmente, pelo tipo de definição de qualidade aplicada. Tais problemas de disponibilidade e consistência dos dados representam uma das principais barreiras metodológicas que hoje se apresentam à pesquisa sobre novas práticas de desenvolvimento rural. Mais especificamente, o problema é de como explorar categorias relacionais das cadeias de abastecimento, com base – conforme já mencionado – ou nas diferentes relações espaço-tempo (figura 2), ou na diversidade de definições e convenções de qualidade construídas (figura 3). As Tabelas 1 e 2 indicam claramente os resultados para os produtores: ou seja, expressões agregadas mais amplas da unidade agrícola – orgânica, de especialidades, e venda direta – dessas cadeias de abastecimento relacionais mais profundas.

Entretanto, com base nessas construções de estimativas da incidência das CCAAs, foi possível desenvolver uma série de indicadores de seu impacto socioeconômico. O número de propriedades rurais envolvidas nas cadeias curtas foi, primeiramente, relacionado ao número total de propriedades rurais (dados da Eurostat 1997), de modo a comparar o grau de disseminação da atividade. Os mesmos números também foram relacionados com o número de propriedades com um tamanho econômico mínimo de 2 UDE (unidades de dimensão econômica), de modo a corrigir para o número (algumas vezes substancial) de pequenas “propriedades de lazer”. De modo geral, as CCAAs parecem ser compostas, principalmente, por propriedades agrícolas de médio porte: frequentemente um nível mínimo de produção é necessário para tornar a atividade viável e gerar renda suficiente para financiar investimentos, ao passo que volumes maiores algumas vezes não condizem com as estruturas de processamento e de comercialização específicas e diferenciadas envolvidas.

Para analisar a importância econômica nacional das CCAAs, seu impacto socioeconômico também foi expresso em termos de valor líquido adicional gerado. Esta parece ser a medida mais apropriada para o impacto socioeconômico, uma vez que abrange tanto mão-de-obra familiar quanto trabalho contratado e remunerado pela atividade. Dessa forma, expressa os benefícios do desenvolvimento rural tanto no nível do empreendimento agrícola como em âmbito regional. O valor agregado líquido adicional gerado acima da produção agrícola convencional (ΔVAL) foi utilizado como medida para demonstrar os ganhos do desenvolvimento rural das CCAAs em comparação a trajetórias mais convencionais – de desenvolvimento rural produtivista. Os dados apresentados foram elaborados com base em estudos econômicos da atividade agrícola, em conjuntos representativos de contabilidade agrícola e opiniões de especialistas. Novamente, devido à indisponibilidade de dados adequados, os números do impacto têm o caráter de estimativas exploratórias, ainda que sistemáticas. Embora sua precisão ainda possa, certamente, ser melhorada, e sua aplicabilidade à nossa tipologia anterior (baseada em análises qualitativas de estudos de caso) seja ainda limitada, os dados proporcionam um instrumento adequado para explorar em que medida a base da produção agrícola europeia tem passado de uma agricultura de base produtivista para atividades de CCAAs voltadas ao desenvolvimento rural.

Feitas essas ressalvas metodológicas, podemos argumentar que a evidência empírica apresentada sobre a incidência e impacto das CCAAs em sete países (tabelas 1 e 2) possibilita avançar em uma primeira análise comparativa das cadeias curtas no âmbito

européu. Os números evidenciam que as cadeias curtas de abastecimento alimentar se desenvolveram substancialmente em todos os países. Projetando os dados para toda a Europa, estima-se que, de um total de 7 milhões de propriedades agrícolas, cerca de 1,4 milhões (20%) estariam envolvidas em vendas diretas, 800.000 (12%) em produção de especialidades, enquanto aproximadamente 100.000 (1,5%) estariam engajadas na produção orgânica. As quotas relativas aumentam consideravelmente quando propriedades com um tamanho econômico mínimo de 2 UDE são tomadas como referência. Uma conclusão importante é que ocorrem grandes diferenças na incidência de CCAAs entre países. Em termos de número de propriedades envolvidas, essas cadeias são mais desenvolvidas nos países mediterrâneos, tais como Itália, França e Espanha, e também na Alemanha.

Atividades de venda direta e produção de especialidades são amplamente disseminadas na Alemanha, algumas vezes alcançando índices entre 15-35% do número total de propriedades rurais. As CCAA avançaram muito menos no Reino Unido e na Holanda, e a Irlanda está claramente ficando para trás, com um número muito pequeno de propriedades envolvidas. Nos dois primeiros países, as CCAAs algumas vezes atingem índices de 5-10%, enquanto na Irlanda nunca ultrapassam 1%. Em termos de número de propriedades, a agricultura orgânica é geralmente bem menos desenvolvida do que outras CCAAs, com os maiores índices ocorrendo na Itália e na França (1-2%). Contudo, é preciso lembrar que, desde 1998, o número de unidades agrícolas orgânicas aumentou rapidamente e que países não incluídos na amostra (por exemplo Áustria, Finlândia, Dinamarca) atingiram índices de 5-10% do número total de propriedades (Yussefi e Willer, 2002).

Também existem diferenças notáveis quanto aos tipos específicos de CCAAs que são mais desenvolvidas em cada país. Em países como Itália, Espanha e França, o desenvolvimento de CCAAs parece estar centrado principalmente em atividades de produção de especialidades regionais e venda direta, apoiadas em antigas tradições culturais e gastronômicas. As legislações nacionais e da UE para a proteção jurídica da produção de especialidades (por exemplo, DOP/IGP) aqui parecem servir como um ambiente institucional apropriado para a consolidação (quando não ressurgimento) dessas atividades. Juntos, Itália, Espanha e França representavam 280 dos 575 produtos registrados como DOP ou IGP na Europa, em 2001. É notável a diferença em relação a Reino Unido, Holanda e Irlanda que, juntos, possuem apenas 33 produtos DOP/IGP registrados (European Union, 2002). Em países como a Holanda, Reino Unido e, até certo ponto, também Alemanha, o desenvolvimento das CCAAs é mais frequentemente baseado em definições de qualidade “modernas” destacando-se, por exemplo, sustentabilidade ambiental e bem-estar animal. Além disso, formas novas e inovadoras de comercialização (tais como grupos de vendas rurais, cestas prontas, feiras de agricultores) parecem, muitas vezes, desempenhar um papel importante no desenvolvimento das CCAAs. O fato de, nesses países, o modelo agrícola produtivista ter se desenvolvido com mais força – com consequências negativas para a sobrevivência da produção e dos sistemas de comercialização tradicionais – pode ter um papel importante. Para os empreendimentos agrícolas orgânicos, as diferenças entre países são menos significativas. Em muitos países, tais como Holanda, Reino Unido, Irlanda

e Espanha, os orgânicos continuam a apresentar um desenvolvimento fraco. A falta de demanda doméstica suficiente, bem como de apoio institucional são fatores importantes. Apenas na Itália e na Alemanha, o setor orgânico parece ter deixado para trás seu estágio inicial de baixo desenvolvimento.

No que tange ao impacto socioeconômico das CCAAs (tabela 2), conforme expresso no VAL adicional gerado em comparação com a agricultura convencional, novamente ocorrem índices muito diferentes. Alemanha, Itália e França são países onde as CCAAs alcançaram o maior impacto socioeconômico: agricultura orgânica, produção de especialidades e venda direta, juntas, somam entre 7-10% do VAL total realizado na agricultura. Holanda, Reino Unido e Espanha, possuem uma posição intermediária com cerca de 2-4%; enquanto, na Irlanda, menos de 1% é adicionado ao VAL total pelo desenvolvimento de CCAAs. À primeira vista, esses números podem parecer baixos, mas vale destacar que eles se referem apenas ao VAL *adicional* gerado pelas atividades. Dados referentes ao VAL total associado com atividades das CCAAs infelizmente não estão disponíveis na maioria dos países. Contudo, sabe-se que, para a Itália, o VAL total (incluindo a produção primária) de agricultura orgânica, produção de qualidade e venda direta alcança 5.395 milhões de Euros ou 29% do VAL total do setor agrícola, sugerindo que uma parcela importante da base de produção total da agricultura italiana é impulsionada pelo desenvolvimento de CCAAs (Ploeg et al., 2002).

A tabela 2 também apresenta dados de impacto para duas outras práticas de desenvolvimento rural – agroturismo e gestão de natureza e paisagem – que não coincidem diretamente com CCAAs. Os dados indicam que as cadeias curtas de abastecimento alimentar não devem ser consideradas isoladamente dos modelos mais amplos de desenvolvimento rural, e que cada país se caracteriza por um conjunto específico de práticas de desenvolvimento rural resultante de fatores contextuais nacionais, do qual as CCAAs constituem uma parte significativa. Por exemplo, na Irlanda, onde essas cadeias são pouco difundidas, a gestão da natureza e da paisagem é muito mais avançada do que em qualquer outro contexto nacional. A mesma atividade é relativamente pouco desenvolvida na Itália e na Espanha onde, em contraste, as cadeias curtas de abastecimento alimentar desempenham um papel chave nos padrões gerais de desenvolvimento rural. As inter-relações das CCAAs com outras práticas de desenvolvimento rural são especialmente importantes em vista das possíveis sinergias e efeitos multiplicadores entre diferentes atividades (Ploeg et al., 2000). Por exemplo, na Alemanha, o desenvolvimento rural caracteriza-se por elevados níveis de impacto das vendas diretas e do agroturismo, o que aponta para um modelo específico em que CCAAs desenvolvem-se combinadas com e paralelamente às atividades agroturísticas.

Tais efeitos sinérgicos, resultantes da construção de conjuntos coerentes de práticas de desenvolvimento rural compatíveis e mutuamente fortalecedoras, parecem desempenhar um papel crucial na intensificação dos níveis de impacto, tanto no âmbito da unidade agrícola quanto no regional (Knickel e Renting, 2000). Sobressai, aqui, a questão de como os diferentes níveis de impacto associam-se às categorias face-a-face, de proximidade, e especialmente ampliadas definidas para as CCAAs na

Incidência estimada de cadeias curtas de abastecimento de alimentos (SFSCs) em sete países da Europa (1998)

	Holanda	Inglaterra de País de Gales	Alemanha	Itália	Espanha	Irlanda	França
Agricultura orgânica	962 propriedades rurais certificadas	1125 propriedades rurais certificadas	9200 propriedades rurais certificadas	43 698 propriedades rurais certificadas	7392 propriedades rurais certificadas	900 propriedades rurais certificadas	8140 propriedades rurais certificadas
Produção de especialidades	1600 propriedades rurais com selo de carne de qualidade 850 propriedades rurais com ovos sem confinamento 150 propriedades rurais com carne sem confinamento 690 unidades rurais de processamento de laticínios	700 propriedades rurais com produção de especialidades, incluindo carne (203), queijo (98), iogurte (70), sorvete (77), vinho (63), suco de frutas e cidra (77), picles e conservas (56), água (7), produtos de panificação (42), e cerveja (21) 1100 propriedades com selo (regional) de carnes de qualidade 550 propriedades com selo de qualidade de ovelhas (regional)	190 unidades rurais de processamento de laticínios 21000 destilarias agrícolas 1000 unidades de processamento de frutas 11000 propriedades rurais com videtas de qualidade 130 propriedades rurais com ovos sem confinamento 150 cooperativas de projetos de qualidade (7500 propriedades) 60 – 80 projetos regionais de carnes de qualidade (3.500 propriedades) 50 projetos regionais de colheitas de qualidade	30 queijos PDO (4000 propriedades) 24 derivados de carne PDO/PGI (6000 propriedades) 24 azeites de oliva PDO/PGI (2000 propriedades) 443 vinhos DOC/DOCG/IGT (154000 propriedades) 25 frutos, hortaliças le cereais PDO/PGI (1800 propriedades) 6 outros produtos PDO/PGI (1000 propriedades)	113 produtos PDO/PGI, incluindo: vinhos (156000 propriedades), azeite de oliva (27000), queijos, carnes frescas, legumes (c.2000), frutas (c.11000), legumes (320), mel, passas (410), arroz (6700) e tubérculos (750), vários outros selos regionais de comunidades autónomas	30 propriedades rurais com queijos artesanais 130 propriedades rurais com outros alimentos artesanais ou caseiros (pães e bolos, compostas e conservas, produtos de carne)	8000 propriedades e 4500 processadores AOC/AOP de queijo e carne 59.400 propriedades rurais com vinhos de qualidade, dos quais 33.000 AOP 630 outros selos, como Label Rouge e IGP (51.000 propriedades rurais)

	Holanda	Inglaterra de País de Gales	Alemanha	Itália	Espanha	Irlanda	França
Venda direta	4715 propriedades com vendas locais (vendas de beira de estrada, armazéns rurais) 33 feiras orgânicas de agricultores (100 propriedades) 100 propriedades rurais com cestas prontas 120 propriedades rurais com entregas domiciliare 500 – 1.000 propriedades rurais com lavagem, corte, empacotamento	2850 armazéns rurais 250 feiras de agricultores (5000 propriedades) 1450 colha o seu próprio 3450 propriedades rurais com venda na porta ou venda de beira de estrada	24 000 propriedades rurais com vendas diretas 110 armazéns de cooperativas rurais 240 projetos regionais de comercialização (7200 propriedades) 200 feiras de agricultores (1600 propriedades) 1100 propriedades rurais com embalagem de carnes 500 propriedades rurais com entregas domiciliare ou cestas prontas 2000 propriedades com sistema “colha o seu próprio”	No geral 800.000 empreendimentos agrícolas, incluindo: vinho (185.000 propriedades), queijos (c. 125.000), azeite de oliva (280.000), Legumes e batatas (85.000), frutas (49000), carne (c. 300000), ovos (175000), mel (10.000)	No geral 90000 empreendimentos agrícolas, incluindo feiras de agricultores, vendas de porta-em-porta, venda na propriedade rural 21 associações produtor-consumidor de produtos orgânicos	650 propriedades rurais com bancas de mercado 80 propriedades rurais com cestas prontas 56 propriedades rurais com vendas de beira de estrada	No geral 102000 (censo de 2000), dos quais: c. 40.000 propriedades rurais com vendas na propriedade (sem produção) c. 60 000 propriedades com processamento na exploração para as vendas diretas

Notas: AOC (appellation d'origine controlée), AOP (appellation d'origine protégée), DOC (denominazione d'origine controllata), DOCG (denominazione d'origine controllata e garantita), IGP (indication d'origine protégée), IGT (indicazione geografica tipica), PDO (protected denomination of origin), PGI (protected geographical indication).

TABELA 2

Níveis de impacto socioeconómico das cadeias curtas de abastecimento de alimentos (SFSCs) e de duas outras atividades de desenvolvimento rural em sete países europeus, e níveis projetados para EU15 (1998).

	Holanda	Reino Unido	Alemanha	Itália	Espanha	Irlanda	França	Projeção EU15
Agricultura orgânica								
Δ VAL (milhões de euros)	23	25	84	214	42	2.1	31	640
% do VAL total	0.3	0.6	0.8	1.1	0.2	0.1	0.1	0.6
Número de propriedades rurais envolvidas	962	1462	9 200	43 698	7 392	900	8 140	102 000
% do número total de propriedades rurais	0.9	0.6	0.6	1.9	0.6	0.6	1.2	1.5
% de propriedades rurais com mais de 2 UDE	0.9	0.8	2.1	3.5	1.0	0.7	1.5	2.2
Produção de especialidades								
Δ VAL (milhões de euros)	85	54	209	865	142	16	887	2 724
% do VAL total	1.3	0.5	2.0	4.3	0.8	0.6	3.5	2.4
Número de propriedades rurais envolvidas	3 000	3 200	40 000	143 000	224 000	160	182 500	804 000
% do número total de propriedades rurais	2.8	1.4	7.5	6.2	18.5	0.1	26.8	11.5
% de propriedades rurais com mais de 2 UDE	2.8	1.7	9.3	11.5	28.8	0.1	32.7	17.4
Venda direta								
Δ VAL (milhões de euros)	68	318	678	328	262	1.7	840	3 012
% do VAL total	1.0	3.0	6.4	1.6	1.5	0.1	3.3	2.7
Número de propriedades rurais envolvidas	6 000	14 700	35 000	800 000	90 000	790	102 000	1 420 000
% do número total de propriedades rurais	5.6	6.3	6.5	34.6	7.4	0.5	15.0	20.2
% de propriedades rurais com mais de 2 UDE	5.6	7.9	8.1	64.4	11.6	0.6	18.3	30.6
Agroturismo								
Δ VAL (milhões de euros)	20	331	615	131	8.8	13	76	1 441
% of total NVA / % do VAL total	0.3	3.1	5.8	0.7	0.1	0.5	0.3	1.3
Número de propriedades rurais envolvidas	2 500	19 400	62 000	5 300	2 200	1 900	16 500	147 000
% do número total de propriedades rurais	2.3	8.3	11.6	0.2	2.2	1.3	2.4	2.1
% de propriedades rurais com mais de 2 UDE	2.3	10.5	14.3	0.4	0.3	1.4	3.0	3.2
Gestão da natureza e da paisagem								
Δ VAL (milhões de euros)	12	71	156	86	88	125	138	1 443
% do VAL total	0.2	0.7	1.5	0.4	0.5	4.5	0.6	1.3
Número de propriedades rurais envolvidas	12 000	46 300	100 000	40 900	55 600	34 700	90 000	840 000
% do número total de propriedades rurais	11.1	19.8	18.7	1.8	4.6	23.5	13.3	12.0
% de propriedades rurais com mais de 2 UDE	11.1	25.0	23.2	3.3	7.2	26.7	16.2	18.1

Nota: VAL - valor agregado líquido, Δ VAL - valor agregado líquido adicional gerado, UDE - unidades de dimensão económica.

seção anterior. A análise dos estudos de caso (Brunori e Rossi, 2000; Knickel, 2001) indica que o grau de integração dos sistemas de produção-consumo de alimentos às redes regionais ampliadas (distritos rurais) constitui um importante fator impulsor de impactos e sinergias no desenvolvimento rural. Isso sugere que CCAAs face-a-face e próximas seriam especialmente promissoras nesse sentido. Uma análise desses efeitos em níveis mais agregados, nacionais, exige muito mais do que os conjuntos de dados atualmente disponíveis, e presume melhorias substanciais nos sistemas de coleta de informação. Entretanto, os números aqui apresentados (tabela 2) sugerem que relações produtor-consumidor próximas e face-a-face continuam desempenhando um papel importante, apesar do crescimento total da participação de mercado das CCAAs. A venda direta, que corresponde em grande medida às CCAAs face-a-face no âmbito da Europa, responde pelo maior número de unidades agrícolas envolvidas e pelos mais altos níveis de impacto. Para alimentos orgânicos e de qualidade, o cenário é mais complexo e altamente diferenciado entre os países. Contudo, também nos principais mercados orgânicos, como da Alemanha, França e Áustria, parcelas importantes, que variam entre 27% e 65%, continuam a ser comercializadas através de canais dedicados, tais como vendas nas unidades agrícolas e lojas especializadas (Michelsen et al., 2000).

Conclusões: dinâmicas evolutivas e potencialidades das RAAs

As cadeias curtas de abastecimento alimentar, com seu foco nas necessidades dos consumidores e em modos de produção sustentáveis, podem portar algumas das chaves para futuros desenvolvimentos da agricultura europeia, em um cenário de crescente debate em torno das atuais políticas de apoio, em face da presente rodada da Organização Mundial do Comércio (OMC), da reforma da Política Agrícola Comum (CAP - *Common Agricultural Policy*) e da expansão da União Europeia. Contudo, resta uma questão importante: estaríamos diante de um contramovimento duradouro ou de uma onda passageira de iniciativas potencialmente abortivas? Os dois modelos de análise aqui apresentados demonstraram que seu desenvolvimento na Europa, apesar de irregular, de modo algum é marginal. As CCAAs desenvolveram-se de forma substancial em toda a Europa e, em alguns países, trajetórias centradas nessas cadeias curtas tornaram-se elementos chave do desenvolvimento rural.

Ao mesmo tempo, é preciso reconhecer que, apesar do significativo sucesso, há exemplos de CCAAs especialmente ampliadas (ver figura 2) e de tipos de produção ecológica (tais como orgânicos, ver figura 3) suscetíveis de apropriação por redes varejistas e outras empresas do agronegócio. No Reino Unido, por exemplo, mas também em países como Suécia e Dinamarca, entre 70-80% dos alimentos orgânicos é comercializada através de empresas varejistas (Michelsen et al., 2000). Alguns autores sugerem que o aumento do controle corporativo sobre as CCAAs traz consigo o risco de pressões por redução dos preços dos produtores e um enfraquecimento dos padrões de qualidade, comprometendo a *raison d'être* das cadeias curtas (Goodman, 2000; Vos, 2000). A partir da experiência do Parmigiano Reggiano, fica evidente, também, que as CCAAs não estão imunes aos efeitos do “aperto de preços” característico do

mercado convencional. Há informações de que as vendas e margens dos produtores do Parmigiano Reggiano estão cada vez mais ameaçadas pela concorrência de queijos inferiores com características similares (de Roest, 2000). Entretanto, as Tabelas 1 e 2 sugerem que, em determinadas regiões e países (particularmente França, Itália e Alemanha), sinergias suficientes entre diferentes tipos de práticas de desenvolvimento rural podem ser mobilizadas para agregar valor de forma significativa aos sistemas locais de produção. Isso indica que o simples processo de encurtamento das cadeias de abastecimento de alimentos, pelo menos em parte, dá origem a novas relações de mercado, que se estruturam em torno de novas formas de associação e apoio institucional. Também sugere que novas práticas de desenvolvimento rural, tais como as CCAAs, estão conduzindo a uma nova geografia do desenvolvimento rural na Europa. As novas e reestruturadas espacialidades implícitas ao agroalimentar, ao que parece, estão sendo construídas e moldadas em torno de novos tipos de vantagem comparativa, concorrência e estruturas de poder, as quais dependem de maneira muito mais profunda da construção de novas sinergias entre relações próximas, associações, identidades alimentares ecológicas e regionais.

Contudo, se as CCAAs são capazes de desempenhar um papel duradouro e significativo no processo de desenvolvimento rural e agrário, é importante identificar e analisar os padrões evolutivos de seu desenvolvimento e considerar seu impacto no longo prazo e potencialidades futuras. Isso requer uma microanálise muito mais profunda e longitudinal de estudos de caso, assim como análise tipológica e comparativa mais abrangente e exploratória, que se tentou aqui. Em especial, mais trabalhos precisam concentrar-se nas dinâmicas evolutivas temporais, espaciais e de demanda envolvidas nas cadeias curtas de abastecimento alimentar, de modo a avaliar se elas são econômica, social e ambientalmente mais sustentáveis a longo prazo (ver Marsden et al., 2000a).

Análises em profundidade de estudos de caso sobre este tema sugerem que, para sustentar o desenvolvimento rural através do crescimento de CCAAs, são necessários apoio institucional e novas formas de associativismo, envolvendo uma gama de atores operando nessas cadeias e nas redes que as circundam. Além disso, essas relações devem modificar-se e reconfigurar-se ao longo do tempo e do espaço. O grau de variabilidade constatado, tanto nas tipologias conceituais quanto na análise de indicadores estatísticos descritos, sugere não existir um modelo dominante de desenvolvimento dessas cadeias no que se refere às interações entre unidade agrícola, instituições e o contexto associativo. Tais descobertas têm importantes implicações tanto teóricas como da perspectiva das políticas. Se estamos presenciando a emergência de novas relações econômicas rurais que escapam à crescente crise da agricultura industrial, parecem ser necessárias novas práticas e intervenções institucionais, tanto para incentivar quanto para desenvolver essas diversas tendências. Neste artigo começamos a esboçar as bases conceituais e metodológicas deste terreno emergente do desenvolvimento rural. Muitas pesquisas mais, de orientação teórica e com foco empírico, são necessárias nesse sentido, uma vez que – intencionalmente ou não – o sistema agroalimentar convencional e, em especial sua governança (estatística), tem evitado conferir a essas novidades a devida atenção.

Referências

- ALONSO MIELGO, A. M.; GUZMÁN CASADO, G. I. *Producer and consumer associations of ecological produce in Andalusia*. Documento de Trabalho IMPACT ES4. Córdoba: Instituto de Sociología y Estudios Campesinos, 2001.
- BANKS, J. *Short food supply chains in the Marches*. Documento de Trabalho IMPACT UK2. Cardiff: Cardiff University, 2001.
- BARJOLLE, D.; BOISSEAUX, S.; DUFOUR, M. *Le Lien au Terroir*. Bilan des Travaux de Recherche [Link to the terroir: an overview of research works]. Lausanne: Institut d'Économie Rurale, Swiss Federal Institute of Technology (ETHZ), 1998.
- BECK, U. *Risk Society: Towards a New Modernity*. Londres: Sage, 1992.
- BRUNORI, G.; ROSSI, A. Synergy and coherence through collective action: some insights from wine routes in Tuscany. *Sociologia Ruralis*, v. 40, p. 409-424, 2000.
- CALLON, M. Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay. In: LAW, J. (Ed.). *Power, Action and Belief*. Londres: Routledge, 1986, p. 196-233.
- COCHRANE, W. *The Development of Industrial Agriculture: A Historical Analysis*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1979.
- COUNCIL FOR RURAL AREAS. *Trust and Care: Food Production in the 21st Century*. Council for Rural Areas, Amersfoort (in Dutch), 1998.
- DE ROEST, K. *The Production of Parmigiano-Reggiano Cheese*. The Force of an Artisanal System in an Industrialised World. Assen: Van Gorcum, 2000.
- EUROPEAN UNION. *Agriculture in the European Union - Statistical and Economic Information 2001*. Bruxelas: European Union, 2002.
- EUROSTAT. *EUROFARM Structure of Agricultural Holdings*. Bruxelas: European Commission, 1997.
- FARNSWORTH, R. L.; THOMPSON, S. R.; DRURY, K. A.; WARNER, R. E. Community supported agriculture: filling a niche market. *Journal of Food Distribution Research*, v. 27, n. 1, p. 90-98, 1996.
- GOODMAN, D. Agro-food studies in the age of ecology: nature, corporeality, bio-politics. *Sociologia Ruralis*, v. 39, p.17-38, 1999.
- GOODMAN, D. Organic and conventional agriculture: materializing discourse and agro-ecological managerialism. *Agriculture and Human Values*, 17, p. 215- 219, 2000.
- HOLLOWAY, L.; KNEAFSEY, M. Reading the space of the farmers' market: a case study from the United Kingdom. *Sociologia Ruralis*, v. 40, p. 285-299, 2000.
- IATP. *Marketing Sustainable Agriculture: Case Studies and Analysis from Europe*. Minneapolis: Institute for Agriculture and Trade Policy, 1998.
- ILBERY, B.; BOWLER, I. From agricultural productivism to post-productivism. In: ILBERY, B. (Ed.). *The Geography of Rural Change*. Londres: Longman, 1998.
- ILBERY, B.; KNEAFSEY, M. Niche markets and regional speciality food products in Europe: towards a research agenda. *Environment and Planning A*, v. 31, p. 2207-2222, 1999.
- KNICKEL, K. The marketing of Rhöngold milk. An example of the reconfiguration of natural relations with agricultural production and consumption. *Journal of Environmental Policy and Planning*, v. 3, n. 2, p. 123-136, 2001.

- KNICKEL, K.; HOF, S. Direct retailing in Germany: farmer markets in Frankfurt. In: PLOEG, J. D. van der; BANKS, J.; LONG, A. (Ed.). *Living Countrysides*. Rural Development Processes in Europe: The State of the Art. Doetinchem: Elsevier, 2002, p. 104-112.
- KNICKEL, K.; RENTING, H. Methodological and conceptual issues in the study of multifunctionality and rural development. *Sociologia Ruralis*, v. 40, p. 512-528, 2000.
- LASH, S.; URRY, J. *Economies of Signs and Spaces: after Organised Capitalism*. Londres: Sage, 1994.
- LEADER. *Marketing Local Products*. Short and Long Distribution Channels Rural Innovation. Dossîé numéro 7. Bruxelles: LEADER European Observatory, European Commission and Association Européenne pour l'Information sur le Développement Local, 2000.
- LONG, N.; PLOEG, J. D. van der. *The Commoditization Debate*. Labour Process, Strategy and Social Networks. Wageningen: Wageningen Agricultural University, 1988.
- MARSDEN, T. K. New rural territories: regulating the differentiated rural spaces. *Journal of Rural Studies*, v. 14, n.1, p. 107-117, 1998.
- MARSDEN, T. K.; ARCE, A. Constructing quality: emerging food networks in the rural transition. *Environment and Planning A*, v. 27, p. 1261-1279, 1995.
- MARSDEN, T. K.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis*, v. 40, p. 424-438, 2000a.
- MARSDEN, T. K.; FLYNN, A.; HARRISON, M. *Consuming Interests: the Social Provision of Foods*. Londres: UCC Press, 2000b.
- MARSDEN, T. K.; RENTING, H.; BANKS, J.; PLOEG, J. D. van der. The road towards sustainable agricultural and rural development: issues of theory, policy and research practice. *Journal of Environmental Policy and Planning*, v. 3, p. 75-83, 2001.
- MICHELSSEN, J.; HAMM, U.; WYNEN, E.; ROTH, E. *The European Market for Organic Products: Growth and Development*. Organic Farming in Europe: Economics and Policy, Volume 7. Stuttgart: Universidade de Hohenheim, 2000.
- MIELE, M. *Creating Sustainability: The Social Construction of the Market for Organic Products*. Wageningen: Circle for Rural European Studies, 2001.
- MORMONT, M.; van HUYLENBROECK, G. A la recherche de la qualité. Analyses socio-économiques sur les nouvelles filières agro-alimentaire. Liège: Éditions de l'Université de Liège, 2001.
- MURDOCH, J.; MARSDEN, T. K.; BANKS, J. Quality, nature, and embeddedness: some theoretical considerations in the context of the food sector. *Economic Geography*, v. 76, n. 2, p. 107-125, 2000.
- NYGARD, B.; STORSTAD, O. De-globalisation of food markets? Consumer perceptions of safe food: the case of Norway. *Sociologia Ruralis*, v. 38, p. 35-53, 1998.
- OECD. *Niche Markets as a Rural Development Strategy*. Paris: OECD, 1995.
- PLOEG, J. D. van der; BANKS, J.; LONG, A. (Ed.). *Living Countrysides*. Rural Development Processes in Europe: The State of the Art. Doetinchem: Elsevier, 2002.
- PLOEG, J. D. van der; FROUWS, J. On power and weakness, capacity and impotence: rigidity and flexibility in food chains. *International Planning Studies*, v. 4, p. 333-347, 1999.
- PLOEG, J. D. van der; RENTING, H.; BRUNORI, G.; KNICKEL, K.; MANNION, J.; MARSDEN, T. K.; DE ROEST, K.; SEVILLA-GUZMÁN, E.; VENTURA, F. Rural

- development: from practices and policies towards theory. *Sociologia Ruralis* v. 40, n. 4, p. 391- 408, 2000.
- PRETTY, J. *The Living Land: Agriculture, Food and Community Regeneration in Rural Europe*. Londres: Earthscan, 1998.
- RENARD, M. C. The interstices of globalization: the example of fair coffee. *Sociologia Ruralis*, v. 39, p. 484-500, 1999.
- RENTING, H.; ROEP, D.; KNICKEL, K. *A methodological toolbox for assessing the socio-economic impact of rural development practices*. IMPACT working paper, Wageningen: Universidate de Wageningen, 2002.
- RENTING, H.; van der PLOEG, J. D. Reconnecting nature, farming and society: environmental cooperatives in the Netherlands as institutional arrangements for creating coherence. *Journal of Environmental Policy and Planning*, v. 3, p. 85-101, 2001.
- ROEP, D. The added value of quality and region: The Waddengroup Foundation. In: PLOEG, J. D. van der; BANKS, J.; LONG, A. (Ed.). *Living Countrysides. Rural Development Processes in Europe: the State of the Art*. Doetinchem: Elseviers, 2002, p. 88-98.
- SCHUCKSMITH, M. Farm household behaviour and the transition to post-productivism. *Journal of Agricultural Economics*, v. 44, p. 466-478, 1993.
- SHAPIRO, C. Premiums for high quality products as returns to reputation. *The Quarterly Journal of Economics*, v. 98, p. 659-680, 1983.
- STASSART, P.; ENGELEN, G. (Ed.). *Du Savoir au Saveurs, 101 Chemins pour une Alimentation de Qualité*. Leuven: Fondation Universitaire Luxembourgeoise, Arlon et Vredeseilanden-Coopibo, 1999.
- SYLVANDER, B.; BARJOLLE, D.; ARFINI, F. (Ed.). *The Socio-economics of Origin Labelled Products in Agri-Food Supply Chains: Spatial, Institutional and Co-ordination Aspects*. Économie et Sociologie Rurales. 2 Volumes. Paris: INRA (Institut National de la Recherche Agronomique), 2000.
- VAN BROEKHUIZEN, R.; KLEP, L.; OOSTINDIE, H.; PLOEG, J. D. van der. *Renewing the Countryside. An Atlas with Two Hundred Examples from Dutch Rural Society*. Doetinchem: Misset, 1997.
- VOS, T. Visions of the middle landscape: organic farming and the politics of nature. *Agriculture and Human Values*, v. 17, p. 245-256, 2000.
- WARD, N. The agricultural treadmill and the rural environment in the post-productivist era. *Sociologia Ruralis*, v. 23, p. 348-364, 1993.
- WHATMORE, S.; THORNE, L. Nourishing networks: alternative geographies of food. In: GOODMAN, D.; WATTS, M. (Ed.). *Postindustrial Natures: Culture, Economy and Consumption of Food*. Londres: Routledge, 1997, p. 287- 304.
- YUSSEFI, M.; WILLER, H. *Organic Agriculture Worldwide 2002: Statistics and Future Prospects*, 2002.

Uma réplica ao artigo: “Compreendendo as redes alimentares alternativas: o papel de cadeias curtas de abastecimento de alimentos no desenvolvimento rural”¹

**Terry Marsden
Henk Renting**

Nosso artigo publicado em 2003 surgiu no âmbito do renascimento do interesse sobre o tema das cadeias convencionais (industriais) de abastecimento agroalimentar e de iniciativas de contraposição na Europa, tais como o crescimento das novas redes alimentares que, desde então, ficaram conhecidas como “Redes Alimentares Alternativas” (RAAs) e “Cadeias Curtas de Abastecimento Alimentar” (CCAAs). É importante esclarecer que esse artigo fazia parte de um esforço acadêmico mais abrangente, que ainda está em curso, relacionado à compreensão e à afirmação de um contramovimento normativo de desenvolvimento rural sustentável. Este movimento buscava impulsionar uma mudança paradigmática radical no pensamento e nas práticas relacionados à reintegração da agricultura, e mais especificamente, das atividades rurais na criação de um amplo desenvolvimento rural sustentável (ver Marsden, 2003;

¹ Tradução de Regina Beatriz A. Vargas e Revisão Técnica de Sergio Schneider.

Ploeg e Marsden, 2008; Lamine, Renting et al., 2012; Horlings e Marsden, 2014). Isso demandou colocar mais vigor intelectual e empírico ao apelo feito da OCDE na época por um “novo paradigma rural” (OECD, 2006), que propunha uma base econômica rural muito mais diversificada e multifuncional, com vistas a atender as crescentes demandas do consumidor urbano, assim como da produção.

Essas questões ainda estão longe de serem superadas em 2016, especialmente diante do crescente reconhecimento de uma persistente crise ecológica, mudanças climáticas, problemas relacionados à saúde e à alimentação, e controversos processos relacionados ao desenvolvimento de uma economia “pós-carbono” (ver os recentes documentos da OCDE e da EU, OECD, 2013; EU, 2015). Na ocasião de sua publicação, o artigo contribuiu para incentivar, primeiro na Europa e depois na América do Norte, uma avalanche de trabalhos empíricos sobre as RAAs como antídotos para o sistema convencional, gerando considerável debate sobre a sua relevância e viabilidade a longo prazo. Alguns dos nossos colegas norte-americanos foram, para dizer o mínimo, céticos em relação a nossas ambições paradigmáticas (ver Goodman, 2004; Ploeg e Renting, 2004, para uma resposta). No entanto, também tiveram de admitir que, mesmo em seu contexto mais neo-liberalizado, a explosão de RAAs estava se tornando uma realidade crescente (ver Goodman et al 2012; Morgan et al 2006).

Naquele artigo, e especialmente em sua conclusão, enfatizamos que, embora considerássemos o crescimento das RAAs um fenômeno crescente e significativo na Europa, e, portanto, uma referência importante no processo mais amplo e aprofundado de formulação do [novo] paradigma de desenvolvimento rural, fomos prudentes em apontar as consideráveis tendências compensatórias de apropriação, cooptação, diluição e fechamento de mercado em torno de seu crescimento contínuo e de longo prazo. Em suma, a integração dessas alternativas à economia dominante não ocorreu, apesar de seu crescimento e significativa inserção em muitas regiões europeias. Contudo, isso não significa pôr em questão a persistente necessidade e relevância do paradigma de desenvolvimento rural sustentável. Mas oferece-nos uma oportunidade para avaliar, agora com um acúmulo significativo de experiência, como sua contestada posição foi evoluindo desde o início dos anos 2000. Assim, aqui queremos delinear algumas das barreiras que têm restringido e contido o paradigma de desenvolvimento rural sustentável e o papel das RAAs como partes deste, especificamente no que diz respeito à União Europeia. Argumentamos que este paradigma tem sido envolvido em mudanças mais amplas na economia política, nas quais a alimentação desempenha, efetivamente, um papel crescente e significativo.

Razões para o “telhado de vidro”?

O consumismo neoliberalizado e o crescimento das RAAs

É importante reconhecer que o final do século 20 e o início dos anos 2000 representaram, particularmente na Europa, um período de “abundância” no que concerne a agroalimentos. O crescimento contínuo da renda domiciliar associado ao

progressivo declínio nos gastos domésticos com alimentação e energia, somou-se ainda a um crescimento explosivo do consumo, estimulado pelo aumento das importações do Sul e do Leste globais (particularmente de frutas e vegetais exóticos e de clima temperado). Esse contínuo “ajuste espacial” e o crescimento da renda disponível das famílias permitiram, especialmente entre as classes médias, uma explosão no consumo de novos alimentos e das práticas de comer fora e de adquirir refeições prontas (ver Spaargaren et al., 2010). Ao mesmo tempo, os produtores de alimentos, diante do prolongado aperto custos-preços, associado aos mercados convencionais altamente regulados, vislumbraram crescentes vantagens e oportunidades em atender essas novas demandas. Isso proporcionou uma valiosa oportunidade empírica, especialmente para os pesquisadores mais pós-modernos, de estudar a proliferação de feiras de agricultores, esquemas de entrega de cestas, agricultura de base comunitária e outras.

Assim, no momento específico do início dos anos 2000, estabelece-se um choque entre o hiperconsumismo neoliberalizado e o crescimento de nichos de RAAs. Isso também impôs pressões e limitações ao desenvolvimento de RAAs e de cadeias curtas de abastecimento alimentar, especialmente aquelas com mais forte orientação comercial, que se viram presas à exigência de aumento de escala e redução de custos, tornando-se vulneráveis à convencionalização e apropriação pelos atores intermediários das cadeias de abastecimento convencionais. Ao longo de seu desenvolvimento, durante a última década, as redes alimentares alternativas e as cadeias curtas de abastecimento alimentar, pelo menos no contexto europeu, não conseguiram fortalecer e consolidar formas coletivas de ação que pudessem contrapor o foco individualista do consumismo neoliberal (Schermer et al., 2011; Anderson et al., 2014).

A crise financeira e fiscal do estado nacional e sustentabilidades polêmicas

O aumento dos preços dos combustíveis e dos alimentos em 2007-08 contribuiu para o aprofundamento da crise do neoliberalismo, resultando na crise financeira e fiscal do Estado nacional, e mesmo do estado Europeu. Além disso, o colapso do acordo pós-guerra fria e a volatilidade global dos mercados aqueceram ainda mais as novas ondas de financeirização (e, evidentemente, “a grilagem de terras” associada) que, por sua vez, fez acentuar-se essa volatilidade agora, quando escrevemos em 2016. Conforme registrado por Jason Moore (2015), o começo desse período foi também pesado, pois testemunhou uma crise ecológica em um mundo capitalista globalizado e neoliberalizado, a qual, entre outras coisas, significou que os ajustes espaciais sobre os quais a economia alimentar europeia se apoiara já não poderiam sustentar-se como antes. Em suma, para usar o léxico de gestão da transição, o sistema ou regime agroalimentar dominante e sua miríade de nichos, que apresentamos empiricamente em nosso artigo de 2003, restaram sob os efeitos graves de fatores novos e recombinantes de “mudança de cenário”, incluindo financeirização crescente e volátil dos sistemas alimentares, efeitos das alterações climáticas, escassez de alimentos e limitações de recursos, dívida pública e instabilidades políticas.

As reações dos estados nacionais e supranacionais a essa prolongada crise financeira e fiscal foram as de entrincheirar-se ainda mais em um modelo neoliberal, em lugar de lidar com ela por meio de políticas de bem-estar social. Isso ocorreu em um contexto em que: (i) a antiga “Lei de Engels”, do contínuo declínio proporcional dos custos domiciliares com alimentação e energia, agora reverteu-se na maioria dos estados nacionais da UE; (ii) em razão do aumento dos custos domiciliares e dos cortes orçamentários de políticas sociais, alargaram-se de súbito as desigualdades sociais e espaciais com relação ao acesso a alimentos saudáveis; e (iii) o estado nacional permitiu a contínua oligopolização e, portanto, criação de mais valia por boa parte do sistema alimentar controlado por empresas varejistas de um modo que, ao mesmo tempo, acentuou o aperto custo-preços para os produtores e forneceu opções baratas, de má qualidade, para os consumidores de mais baixa renda. Assim, não surpreende que um recente crescimento no trabalho acadêmico passe agora a incorporar questões sobre soberania, segurança e pobreza alimentares e “o direito ao alimento” (Schutter, 2015), juntamente com os temas mais estabelecidos das RAAs e das preocupações com a qualidade dos alimentos.

Razões para entusiasmo? Das RAAs para mudança Transformativa

Essas mudanças, provocadas pela continuada crise financeira e fiscal do estado nacional, e particularmente pelas reações neoliberais específicas (e altamente regulatórias) de estados nacionais e seus acordos privados com grandes empresas agroalimentares, estabeleceram a partir daí um novo e desafiador contexto para o desenvolvimento do paradigma rural-urbano sustentável. Elas também implicaram em limitações ao tipo de políticas que os estados-nação e a UE desenvolviam em resposta às RAAs e CCAAs emergentes, potencialmente incorporando um desafio fundamental aos modelos neoliberais dominantes de desenvolvimento. É fato que nos últimos anos se observa, no âmbito da União Europeia um reconhecimento da magnitude e do papel das RAAs e CCAAs emergentes (por exemplo, Kneafsey et al. 2013). Nos debates sobre implementação das políticas, essas questões têm sido sistematicamente enquadradas de modos que negam e contradizem seu potencial transformativo: são consideradas um “nicho de mercado”, que só é relevante na medida em que resulta em renda extra para agricultores convencionais, e só pode ser objeto de políticas sob a perspectiva do “estado reativo” (ver também Marsden e Sonnino, 2008).

Mas nem tudo está perdido. A crise está engendrando sua própria situação social e política de oposição: uma avalanche de conexões entre questões como agricultura coletiva-alimentação-saúde-biodiversidade-energia-comunidade que podem e estão a desafiar a ortodoxia neoliberal no campo agroalimentar em diferentes espaços urbanos e rurais. Disso decorre que respostas relevantes e potencialmente transformadoras nem sempre surgem pelo lado dos “atores usuais”. Um desses eventos é a ascensão da Cidade e das regiões da cidade como atoras da política alimentar, expressa de modo emblemático, pela assinatura do Pacto de Milão da Política Alimentar Urbana por

mais de 115 governos municipais de vários lugares do mundo. Neste pacto, os governos locais afirmam seu papel na gestão dos sistemas alimentares locais, inclusive no desenvolvimento de cadeias curtas de abastecimento alimentar em colaboração com suas comunidades (Forster et al., 2015; ver também Moragues Faus e Morgan, 2015). Além disso, como indicado em trabalhos anteriores, não se trata tanto de uma questão de governança estatal, mas sim de mecanismos de governança criados pela sociedade civil – todos focados em aprimorar a soberania alimentar e a democracia local, com base na comunidade e no território – o espaço onde, no contexto da crise multidimensional do modelo agroalimentar neoliberal, ocorrem dinâmicas relevantes e inovações promissoras (Renting et al., 2012).

Isso significa que as arenas acadêmicas e das políticas agroalimentares hoje constituem um vetor muito mais amplo, comprometido com a comunidade de movimentos sociais em geral (ver Constance et al., 2015) em ambos os lados do Atlântico. Nesse sentido, os estudos agroalimentares, e o discutido avanço do paradigma de desenvolvimento rural (e urbano) sustentável já não pode restringir-se à elaboração detalhada e à divulgação dos “nichos” agroalimentares ou RAAs. Ao contrário, isto requer a adesão e a ambição de criar mudanças verdadeiramente transformativas – “lugares de possibilidade” – aproveitando as convicções/opiniões políticas tanto de produtores rurais como de consumidores urbanos, os quais demandarão vínculos mais sustentáveis e circulares entre funcionalidades urbanas e rurais de modo a reduzir o desperdício natural e humano dos atuais sistemas convencionais de abastecimento alimentar.

Para fazer avançar essas ambições, talvez tenhamos de olhar para além da nação e das instâncias supranacionais em busca de orientação e apoio (às coletividades locais, regionais, cívicas e translocais), mas, como acadêmicos, teremos também de envolver-nos mais normativa como politicamente com essas estruturas institucionais convencionais existentes, articulando criticamente sistemas alimentares distintos, pós-neoliberalizados e mais sustentáveis. Com base em nosso trabalho anterior, pode-se afirmar que uma rede mais diversa e mais densa de cadeias curtas de abastecimento alimentar e o paradigma ampliado de desenvolvimento rural-urbano podem desempenhar um papel importante na promoção de coalizões urbano-rurais mais eficazes entre produtores e consumidores. Portanto, ao avançar nossa agenda, não devemos negligenciar o papel central da governança múltipla e inovadora como uma arena fundamental para análise empírica comparativa.

Referências

- ANDERSON, C. R.; BRUSHETT, L.; GRAY, T. W.; RENTING, H. Working together to build cooperative food systems [Editorial]. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 4 (3), p. 3-9, 2014.
- CONSTANCE, D. (Ed.) et al. *Alternative agri-food movements: patterns of convergence and divergence*. Research in Rural Sociology and Development. Vol. 21. Bingley: Emerald, 2015.
- EUROPEAN COMMISSION. *Closing the loop: an EU action plan for the circular economy*. Brussels, 2015.

- FORSTER, T.; EGAL, F.; GETZ ESCUDERO, A.; RENTING, H.; DUBBELING, M. *Milan Urban Food Policy Pact*. Selected Good Practices from Cities. Milan: Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, 2015.
- GOODMAN, D. Rural Europe redux: reflections on alternative agro-food networks and paradigm change. *Sociologia Ruralis*, 44(1), p. 3-16, 2004.
- GOODMAN, D.; MELANIE DuPUIS, E.; GOODMAN, M.K. *Alternative Food Networks: Knowledge, practice, and politics*. London: Routledge, 2012.
- HORLINGS, L. G.; MARSDEN, T. K. Exploring the 'New Rural Paradigm' in Europe: eco-economic strategies as a counterforce to the global competitiveness agenda. *European Urban and Regional Studies*, 21(1), p. 4-20, 2014.
- KNEAFSEY, M.; VENN, L.; SCHMUTZ, U.; BALAZS, B.; TRENCHARD, L.; EYDEN-WOOD, T.; BOS, E.; SUTTON, G.; BLACKETT, M. *Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU*. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics, 2013.
- LAMINE, C.; RENTING, H.; ROSSI, A.; WISKERKE, J. S. C.; BRUNORI, G. Agri-food systems and territorial development: innovations: new dynamics and changing governance mechanisms. In: DARNHOFFER, I.; GIBBON, D.; DEDIEU, B. (Ed.). *Farming Systems Research into the 21st century: The New Dynamic*. Dordrecht: Springer, 2012, p. 227-255.
- MARSDEN, T. K. *The condition of rural sustainability*. European Perspectives on Rural Development. Assen: Royal van Gorcum, 2003.
- MARSDEN, T.; SONNINO, R. Rural development and the regional state: Denying multi-functional agriculture in the UK. *Journal of Rural Studies*. 24 (2008) 422-431.
- MOORE, J. W. *Capitalism in the Web of Life: Ecology and the Accumulation of Capital*. New York: Verso, 2015.
- MORAGUES FAUS, A.; MORGAN, K. Reframing the foodscape: the emergent world of urban food policy. *Environment and Planning A*, 47, p. 1558-1573, 2015.
- MORGAN, K.; MARSDEN, T.; MURDOCH, J. *Worlds of food: place, power, and provenance in the food chain*. Oxford: Oxford University Press, 2006.
- OECD. *Rural-urban partnerships: an integrated approach to economic development*. Paris: OECD, 2013.
- OECD. *The New Rural Paradigm*. Policies and Governance, 2006.
- PLOEG, J. D. van der; MARSDEN, T. K. *Unfolding Webs: The Dynamics of Regional Rural Development*. Assen: Van Gorcum, 2008.
- PLOEG, J. D. van der; RENTING, H. Behind the 'redux': a rejoinder to David Goodman. *Sociologia Ruralis* 44(2), p. 233-242, 2004.
- RENTING, H.; SCHERMER, M.; ROSSI, A. Building food democracy: Exploring civic food networks and newly emerging forms of food citizenship. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 19(3), p. 289-307, 2012.
- SCHERMER, M.; RENTING, H.; OOSTINDIE, H. Collective Farmers' Marketing Initiatives in Europe: Diversity, Contextuality and Dynamics. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 18, p. 1-11, 2011.
- SCHUTTER, O. De. *The transformative potential of the right to food*. Final report of the Special Rapporteur on the right to food to the UN, 2014.
- SPAARGAREN, G.; OOSTERVEER, P. Citizen-Consumers as agents of change in globalizing modernity: the case of sustainable consumption. *Sustainability*. 2010, 2, 1887-1908p.

Espaço e lugar nas redes alimentares alternativas: conectando produção e consumo¹

David Goodman

Introdução

Neste capítulo examina-se a ‘economia alternativa’ na área alimentar, que consiste no abastecimento de produtos alimentícios de “qualidade” a um segmento de consumidores ainda relativamente limitado. Esses consumidores e consumidoras são, em geral, embora não exclusivamente, pessoas que detêm capital econômico e cultural, “aficionadas da saúde”, como se costuma dizer. Em suma, há uma forte dimensão de classe para as relações sociais de consumo do “orgânico”, do “local”, do “regional”, e do “alternativo” (Tregear, 2005). Na discussão que se segue, deve-se ter em mente, sempre, sob a ótica de classe, raça e desigualdade, o posicionamento social desses alimentos, bem como o corolário de como democratizar o acesso aos mesmos.

A análise concentra-se nos “imaginários geográficos” (Harvey, 1990; Gregory 1994) e nas convenções de qualidade subjacentes à construção dos espaços de produ-

¹ Tradução de Regina Beatriz A. Vargas e Revisão Técnica de Sergio Schneider.

ção e consumo alternativos, nas relações socioecológicas que sustentam essas redes e na redefinição desses espaços pela ação de forças contrárias de dissolução e assimilação dos mesmos nos e pelos canais de abastecimento corporativos convencionais. As principais questões teóricas dizem respeito à conceptualização das geografias – lugares e espaços – de produção e consumo alternativos de alimentos e à circulação material e discursiva entre eles. Estariam tais vínculos fundados em conhecimentos não convencionais e concorrentes e em valores éticos compartilhados ou, de modo mais instrumental, nas oportunidades de comercialização proporcionadas pelos temores da “sociedade de risco” e pelos esforços de consumidores ricos, individualistas e predominantemente brancos de se colocarem a salvo de riscos alimentares (Szasz, 2007)?

Redes alimentares alternativas (RAAs) estão, visivelmente, reconfigurando e expandindo um subconjunto das relações de produção-consumo e a natureza vem sendo mercantilizada de maneiras distintas e, oxalá, mais sustentáveis. No entanto, é bom lembrar que essas redes e novos modelos econômicos estão imersas em sociedades capitalistas, e não habitando um universo paralelo, mais benevolente. Dessa forma, é importante aportar uma análise social crítica sobre a literatura recente acerca das redes alimentares “alternativas”, locais e de “qualidade”, examinando a distribuição dos ganhos decorrentes dessas novas atividades econômicas entre os agentes locais e extralocais e, localmente, ao longo das dimensões de classe, gênero, raça e etnia. Sob este aspecto, o presente capítulo procura reparar a pouca atenção dada às relações desiguais de consumo e às geografias desiguais de varejo de alimentos de qualidade na literatura sobre economia alternativa no setor alimentar.

Contexto

A “virada” rumo aos alimentos de qualidade e o surgimento de redes alternativas de abastecimento de alimentos refletem a confluência entre avanços de mais longo prazo e fatores conjunturais. A seguir, apresentam-se, ainda que de forma esquemática e não exaustiva, algumas das mais destacadas dessas novidades.

Como muitos analistas têm sugerido, a perturbadora frequência das “crises alimentares” na Europa ocidental – especialmente a pandemia de BSE² (vulgarmente conhecida como doença da vaca louca) e os recentes surtos de febre aftosa no Reino Unido – provocou uma “crise de confiança” (Murdoch e Miele, 2004b, p.170) entre os consumidores e levou à inspeção mais atenta das práticas de agricultura empresarial de grande escala. De fato, debilitou-se o pacto fordista entre a indústria corporativa de alimentos – com suas linhas padronizadas de produtos altamente processados – e os consumidores de classe média, provocando uma fuga para a “qualidade” e incentivando o crescimento de alternativas ao abastecimento via supermercados. Esta crise de confiança naqueles alimentos “sem origem e sem identidade” produzidos em massa é, em geral, mas não exclusivamente, articulada por consumidores de renda mais elevada, que detêm meios para optar por sair dos canais predominantes de abastecimento alimentar.

² Encefalopatia espongiiforme bovina, em inglês, *bovine spongiform encephalopathy*- BSE.(N.T.).

Esses “fugitivos” do sistema alimentar industrial, apesar de ainda submetidos a restrições de tempo-espaço e aos apelos de conveniência de supermercados, têm fortalecido mudanças culturais nos hábitos alimentares contemporâneos. Para os mais afluentes, essas mudanças incluem as atrações da diversidade culinária, alimentos de qualidade e excelência gastronômica, incentivadas pela mídia através do culto a *chefs* famosos e a críticos gastronômicos, da badalação de restaurantes de elite e boutiques de alimentos, e da ‘pornografia gastronômica’ livremente destacada em jornais, revistas e publicações sobre estilo de vida, voltadas às elites. A capa de agosto de 2004 do *The Observer Food Monthly*, com a manchete “Prato do dia” e apresentando a voluptuosa esposa de Salman Rushdie, de biquíni, reclinando-se sobre uma mesa de lagostas e rodeada de *chefs* famosos, sintetiza essa cultura de celebridade e excessos de elites.

Iniciativas alimentares locais têm sido as beneficiárias do contínuo, embora titubeante, processo de reforma da Política Agrícola Comum (CAP - *Common Agricultural Policy*). Para essas iniciativas, os marcos vigentes em 1990 incluíam uma maior prioridade dos Fundos Estruturantes da União Europeia ao desenvolvimento rural local em regiões de agricultura enfraquecida e apoio ao desenvolvimento socioeconômico endógeno, a partir da base (*bottom-up*), no LEADER: *Liasons Entre Actions de Developpement de l'Economie Rural* (Vínculos entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural) (Ward e McNicholas, 1998; Ray, 2000). No nível macro, as reformas da CAP responderam ao preceito de liberalização comercial da Organização Mundial do Comércio (OMC), priorizando os pagamentos não relacionados com a produção, como sistemas de gestão ambiental, os quais, por não interferirem no comércio internacional, são classificados como programas de “caixa verde”³ sob os critérios da OMC. Esses chamados programas de Segundo Pilar, ao desvincularem os subsídios agrícolas da produção, estão gradualmente afastando a CAP de seu restrito foco setorial, para um modelo mais descentralizado, no qual a agricultura multifuncional é peça central de uma abordagem mais pluralista, integrada e endógena do desenvolvimento rural.

Contudo, esta é uma mudança extremamente lenta e contestada (Potter e Tilzey, 2005), com abordagens de implementação muito diferentes entre os estados membros da UE (Lowe et al., 2002). Além disso, é crescentemente dominada por manobras defensivas lideradas pela França, para resguardar os níveis atuais de suporte à agricultura da UE, com renegociação planejada para 2013. O processo de reforma complicou-se ainda mais por preocupações com segurança alimentar. Estas chegaram ao auge em 2007/2008, com os preços recordes das *commodities*, a inflação de preços dos alimentos e as declarações de uma crise alimentar mundial, no encontro do G-8, em julho de 2008. A inflação de preços de *commodities*, desde então, recuou com a crise de crédito global, mas a segurança alimentar segue firme no radar da política e a questão de se as redes alimentares locais ganharão prioridade em relação à agricultura convencional segue em aberto.

³ Na terminologia da OMC, as subvenções são em geral identificadas como “caixas” às quais se atribuem cores, conforme as luzes do semáforo – verdes (permitidas), amarela (cautela, devem-se reduzir) e vermelhas (proibidas). (cfe. OMC: http://www.wto.org/spanish/tratop_s/agric_s/negs_bkgnd13_boxes_s.htm) (N.T.)

Desde 2003, uma miríade de subsídios da UE voltados à produção foi consolidada em um sistema de “subvenção agrícola unificada”, o qual dá uma maior margem para as forças de mercado nos produtos básicos agrícolas e, concomitantemente, destaca argumentos sociais e ambientais de apoio contínuo à agricultura, reforçando as perspectivas para uma possível renacionalização da política agrícola. Redes localizadas de alimentos de qualidade e “Cadeias Curtas de Abastecimento de Alimentos” (CCAAs) têm um papel fundamental na estratégia de mercado do Segundo Pilar para reconfigurar o modelo produtivista do pacto agrícola pós-Segunda Guerra Mundial. O espaço institucional e os recursos orçamentários criados pela reforma da CAP têm incentivado alguns pesquisadores a vislumbrar as redes alimentares alternativas (RAAs) como precursoras do “novo” modelo de desenvolvimento rural, conforme preconizado pela Declaração de Cork, de 1996, pelas reformas da Agenda de 2000 e, mais recentemente, em declarações de políticas da UE (Ploeg et al., 2000).

Redes alternativas de abastecimento alimentar, nas quais ainda podem ser obtidos preços adicionais ou dividendos, oferecem oportunidades mais diversificadas de meios de subsistência agrícola. Essas redes prometem alívio contra as fortes pressões custo-preço, que pesam sobre os agricultores pela combinação de diminuição direta de subsídios relacionados à produção com o poder de mercado de grupos varejistas oligopolistas, com suas implacáveis e nefastas técnicas de gestão da cadeia de abastecimento (Marsden, Flynn e Harrison, 2000; Marsden, 2004; Sustainable Development Commission, 2008).

A partir desse amplo panorama do contexto da “virada” para a qualidade nas redes alimentares locais, deslocamos a discussão para os espaços de produção localizada e para os espaços de consumo nessas redes, examinando diversas questões situadas nos interstícios dessas categorias e que têm sido negligenciadas. A seção final aborda brevemente o varejo desigual e as geografias morais⁴ de abastecimento de alimentos de qualidade, com alguns exemplos ilustrativos de Londres, e defende uma ênfase renovada da justiça social nas práticas de produção-consumo de alimentos, como a fundação de uma política alimentar revigorada.

Espaços de produção localizada

As tentativas de teorizar o surgimento de RAAs envolvem uma eclética gama de perspectivas de nível intermediário (*meso-level*), incluindo a análise da cadeia de *commodities*, sistemas de abastecimento, teoria das convenções, teoria do ator-rede, abordagens da economia da cultura e discussão da estética das redes gastronômicas locais e regionais. Um segundo foco tem aportado descrições etnográficas “densas” de redes individuais locais e análises aprofundadas sobre a infinidade de programas de promoção e de acreditação da qualidade de alimentos, concebidos para proporcionar

⁴ Geografia moral refere-se à ideia de que certos povos, coisas e práticas pertencem a certos espaços, lugares e paisagens (cfe. CRESSWELL, Tim. Moral geographies. In: ATKINSON, David et al. *Cultural Geography: a critical dictionary of key ideas*. London: I.B. Tauris, 2005) (N.T.).

novas bases para o desenvolvimento rural (Morris e Young, 2000; Ilbery e Kneafsey, 1999; Tregear, 2003; Parrott et al., 2002)

De maneira geral, essas perspectivas são essencialmente centradas na produção, preocupando-se, principalmente, com as diferentes modalidades de coordenação econômica, consumidores e consumo sendo vistos como apêndices do processo de produção. Entre as abordagens intermediárias, o foco setorial ou industrial, mais evidente na análise da cadeia de *commodities*, tem ressurgido recentemente, como se pode verificar nos trabalhos de Brian Ilbery e Damian Maye (2005; 2006) e de Peter Jackson e seus colegas (2006)⁵.

Contudo, a teoria das convenções tem sido, com certeza, a mais influente nas pesquisas sobre RAA, uma vez que tem relação direta com a “economia de qualidade” (Murdoch e Miele, 1999; Morgan et al., 2006). Esta abordagem oferece uma tipologia geral para distinguir a qualidade do produto em termos de “ordens de valor” que especificam as diferentes lógicas, orquestrando sua produção e governança. Assim, identifica as normas, qualificações e formas organizacionais envolvidas na coordenação da rede e que sustentam as diferentes convenções de qualidade (Wilkinson, 1997).

Nessa literatura sobre a “virada” da qualidade para o abastecimento alternativo de alimentos, os conceitos de “qualidade” e de “local” são frequentemente usados alternadamente, embora, curiosamente, apenas a qualidade seja teorizada como uma categoria socialmente construída. A qualidade é definida em termos de vários elementos provenientes das análises sociológicas granovetterianas de redes industriais regionais, especialmente de relações interpessoais, confiança, enraizamento (*embeddedness*), conhecimento tácito localizado, e outras “interdependências não negociadas” (*untraded interdependencies*)⁶ (Storper, 1999). Procedência local tornou-se praticamente sinônimo de “qualidade” e isso é enfaticamente transmitido pelo conceito de reimersão (*re-embeddedness*) nas relações sociais e ecológicas locais, desenvolvido por Murdoch et al. (2000).

Em termos de políticas, as cadeias curtas de abastecimento alimentar são especialmente desenvolvidas como iniciativas agrícolas consideradas em seu conjunto como catalisadoras de um desenvolvimento rural alternativo. Desenvolvimento este que promete uma trajetória diferente do modelo produtivista de pacto agrícola pós-Segunda Guerra Mundial, cuja dinâmica descapitalizou propriedades rurais, concentrou o acesso a recursos e à posse da terra, empobreceu as comunidades rurais, acelerou o êxodo rural, desvalorizou o conhecimento tácito localizado e devastou

⁵ Essas contribuições recentes são inspiradas nas metodologias arquetípicas de cadeias de *commodities*, passando ao largo de releituras anteriores dessa tradição, inclusive a abordagem da economia cultural de Jane Dixon (1999) e a perspectiva dos sistemas de abastecimento desenvolvida por Ben Fine e seus colegas (Fine et al. 1996; Fine 2002).

⁶ *Untraded interdependencies* - termo introduzido por Dosi e Lundvall e hoje muito usado por Storper (1999) e outros para referir àquelas externalidades propensas a causalidades-cumulativas que assumem a forma de convenções, regras informais e hábitos, as quais passam a orientar os atores econômicos em situações de incerteza. Tais relações constituem ativos em produção específicos de determinadas regiões, uma forma importante de escassez no capitalismo contemporâneo e de diferenciação geográfica com relação ao que é produzido e à riqueza e crescimento resultantes dessa produção (cfe. Storper, 1997, p.5 citado em Economic Geography Glossary: <<http://faculty.washington.edu/krumme/gloss/u.html>>) (N.T.)

ecologias locais. Conforme protagonistas dessa nova trajetória, o “paradigma anterior da modernização... está cada vez mais em desacordo com as expectativas da sociedade com relação à agricultura” (p. 392) e a “reconstrução da agricultura e do campo, e seu realinhamento com a sociedade e a cultura europeias, são imperativos” (Ploeg et al., 2000, p. 396).

É revelador analisar o surgimento de redes alimentares alternativas ou locais em termos dos diversos imaginários geográficos interligados ou sobrepostos – novamente centrados, principalmente, na produção – enunciados na literatura e em debates sobre a reconstrução da política europeia de desenvolvimento rural. Esses imaginários mostram as RAAs como vetores de resistência, identidade cultural e regeneração rural.

Resistência

Nesse imaginário, o abastecimento de alimentos locais é descrito como um espaço de “resistência” às forças anômicas de um sistema alimentar corporativo globalizado, e contra outras invasões de alimentos sem origem e homogêneos e de práticas gastronômicas padronizadas (Miele e Murdoch, 2002; Holloway e Kneafsey, 2004; De Lind, 2003; Kloppenburg et al., 1996). Nele, o local é visto como modelo de resistência ao regime alimentar corporativo global, caracterizado pela compressão do tempo-espaço de produção-consumo, e pelos “princípios empresariais de distância e durabilidade” (Friedmann 1994, 30). Este “renascimento do local” também encontra ressonância no contexto mais amplo das negociações comerciais internacionais, onde a noção de multifuncionalidade, como essência da *exception européenne*, é fomentada pela UE para legitimar a continuidade do subsídio agrícola (Buller, 2001; Potter e Burney, 2002) e, assim, manter um baluarte contra as pressões homogeneizantes da liberalização do comércio (Potter e Tilzey, 2005; 2007). As interseções entre bens públicos agroambientais, culturas rurais, estilos de alimentação locais e paisagens habitadas tradicionais são, assim, tecidas em uma narrativa para sustentar o modelo de excepcionalidade agrícola europeia.

Identidade Cultural

O imaginário da resistência contra alimentos “sem origem e sem identidade” está alinhado a narrativas de identidade cultural, como, por exemplo, a referência do presidente François Mitterrand a um “certo tipo de civilização rural” na Europa e à importância de preservá-la para as futuras gerações (The Times, 7 Fevereiro, 1987). Sentimento este ecoado, mais recentemente, por Christine Lagarde, então Ministra do Comércio da França, que considera a agricultura como “fundamental para a nossa identidade” (The Economist, 10 Dezembro, 2006, 28). Essa narrativa cultural adota a defesa e conservação de redes agroalimentares locais, paisagens históricas, conhecimento tácito e artesanato regionais e redes de culinária regionalizada, condensadas na agenda estabelecida pelo Movimento Slow Food (Murdoch e Miele, 1999; 2004a;

2004b; Miele e Murdoch, 2002). Nesse tópico, anseios neopopulistas podem ser identificados na caracterização do “novo paradigma de desenvolvimento rural” em termos de processos de “recampanização” (Ploeg et al. 2000). Esta mesma narrativa é o fio condutor que perpassa a defesa anterior de um desenvolvimento rural endógeno, operacionalizada pela noção desenvolvida por Jan van der Ploeg de “estilos de agricultura” regionalmente diferenciados (Ploeg, 1990; 1993). Nesse imaginário, o desenvolvimento rural, fundamentado em iniciativas agrícolas de produção de alimentos de qualidade, promete revitalizar a sociedade rural e reparar as consequências sociais e ecológicas mais flagrantes do produtivismo pós-Segunda Guerra Mundial.

Valorização territorial

Esses imaginários geográficos de resistência e de identidade cultural são complementados e reforçados por um imaginário desenvolvimentista, orientado para o mercado, de valorização territorial. Isso é perfeitamente ilustrado pelo conteúdo do relatório de 2002 da Comissão de Curry, *The Future of Food and Farming* (O Futuro dos alimentos e da Agricultura) emitido logo após o grave surto de febre aftosa no Reino Unido. Os agricultores são aconselhados a desenvolver novas oportunidades de subsistência e utilizar fontes inexploradas de valor agregado, “reconectando-se” com os consumidores, através de novos mercados para a produção com atributos locais.

Essas novas oportunidades de subsistência e fontes de valor agregado estão abertas àqueles produtores que podem adotar, com sucesso, convenções de qualidade que demonstrem procedência territorial ou enraizamento em processos socioecológicos localizados. Nesse discurso econômico de “reconexão” com base no mercado, através de relações reconfiguradas produtor-consumidor, o foco está na obtenção local de valor agregado, o que é visto como um meio de deter, ou mesmo reverter, o declínio histórico das atividades agrícolas na cadeia de valor do sistema agroalimentar. Em suma, a valorização territorial é vista como uma oportunidade empresarial, uma estratégia de subsistência agrícola e pedra fundamental de uma economia rural revitalizada (Marsden e Smith, 2005).

Esta mudança para a produção de alimentos com atributos locais, ao contrário dos produtos genéricos “sem origem” da agricultura produtivista – muitas vezes vendidos para os “mercados internos” fechados das cadeias de suprimento convencionais e das relações de produção contratuais – é conceituada de diferentes modos, como a reintegração, a ressociação, e a realocação dos sistemas alimentares. As cadeias curtas de abastecimento alimentar são uma importante expressão institucional dessas relações reconfiguradas de produção-consumo, seja na forma de contato direto, face a face, em feiras de agricultores, por exemplo, ou narrado a consumidores distantes através de símbolos, logomarcas e rótulos de qualidade e de “certificação” de procedência, processo e produto, ou os “três Ps”, de acordo com Ilbery et al. (2005).

Dessa forma, os agricultores são incentivados a interromper as cadeias industriais de suprimentos e reconstruir a relação produtor-consumidor através da interação com diferentes convenções e construções de atributos “que evocam localidade/região ou especialidade e natureza” (Marsden, Banks e Bristow, 2000, p. 425). Com “sua

capacidade de ressocializar e reespecializar os alimentos”, as cadeias curtas de abastecimento alimentar estão em posição de “redefinir a relação produtor-consumidor, dando sinais claros quanto à origem do produto alimentar” (p. 425), uma vez que estas novas relações têm um papel chave na “construção de valor e significado e *aumentam* o potencial dos produtos *para demandarem um preço adicional*” (p. 425).

Em poucas palavras, as cadeias curtas de abastecimento alimentar são vistas como o veículo para captar as rendas econômicas decorrentes da comoditização do “local”, tais rendas revertendo, pelo menos em teoria, em favor dos proprietários do material local e dos direitos de propriedade intelectual (Moran, 1993; Guthman, 2004a). Contudo, como poderemos observar na próxima seção, esses titulares de propriedade precisam lidar com atores extralocais que têm o poder de capturar partes dessa cadeia de valor em outros locais, uma vez que os produtos peculiares navegam os espaços de consumo.

Questões intersticiais

Diversas questões intersticiais emergem entre a produção localizada e a “tradução” em valor dos dotes territoriais e suas semióticas, nos espaços de consumo. Embora seu desdobramento impacte diretamente as relações de poder nos espaços de produção-consumo da nova “economia de qualidade”, essas questões compartilham uma relativa desconsideração na literatura sobre redes alimentares focadas na qualidade.

Rentismo e o controle de qualidade competitivo

Os preços *premium*, sobre os quais se assenta o modelo de desenvolvimento rural da valorização territorial, incentivam o comportamento rentista por parte de atores não agrícolas a jusante da cadeia de suprimento e, por isso, são vulneráveis à erosão competitiva. Isso ocorre, particularmente, nos casos em que os lucros excedentes refletem estratégias de diferenciação de produtos tais como a adoção de “selos de identidade territorial” e designações de “tradicional”, “local” e “orgânico”, que são de caráter amplamente *genérico* (Goodman, D., 2004, p. 9, ênfase original). As principais questões, nesse ponto, concernem “à durabilidade e magnitude desses fluxos de rendimento e à localização dos atores que os obtêm” (ibid., p. 8-9). Outros autores, especialmente Valceschini et al. (2002), Buller (2000) e Ray (2000) também reconhecem que a lógica da valorização territorial é suscetível à proliferação de concorrentes com planos de especialidades, rótulos e logomarcas, quando agentes públicos utilizam a identidade territorial para promover o desenvolvimento regional (Mollard et al., 2008). Empresas do setor alimentar, especialmente redes de supermercados, também reagem às novas construções de qualidade e, particularmente, ao foco do marketing na procedência e rastreabilidade – através do desenvolvimento de marca própria, linhas de produtos de origem local e marcas de alimentos especiais, como a série “SO: Sainsbury Organic”, lançada em 2005. Esta combinação de expansão imitativa e convergência estratégica (está) acentuando a pressão de queda sobre as

margens de preços e ameaçando deslocar rendas econômicas para longe dos níveis locais e da agricultura (Goodman, D., 2004, p. 9).

No entanto, surpreendentemente, à parte a recente contribuição de Terry Marsden (2004), o comportamento rentista dos atores a jusante, especialmente grupos varejistas, tem recebido pouca atenção. Ao abordar esse descaso para com as relações da cadeia de alimentos, Marsden analisa a produção de novos “espaços” de alimentos de qualidade e a concomitante luta para dominar a construção material e discursiva dos atributos de qualidade. O “controle competitivo da qualidade”, ele afirma, confere o poder de delinear “*espaços competitivos*, limites e mercados” entre as cadeias varejistas de produtos básicos e as RAAs (p. 147). Em resumo, o controle dos significados culturais da qualidade pode ser traduzido em lucros excedentes ou dividendos econômicos. O prognóstico de Marsden para as RAAs no Reino Unido não é otimista, uma vez que os grandes varejistas, com o aval do estado, mantêm uma vantagem quase inexpugnável em relação a outros atores nesta luta, devido ao “persistente domínio institucional e regulatório da governança alimentar voltada ao varejo” (Marsden, 2004, p. 144). Espera-se que esta análise das disputas da qualidade e das relações de poder que atravessam os espaços de abastecimento alimentar venha a estimular outras pesquisas sobre este tema crítico.

Isso suscita a questão de como as redes agroalimentares alternativas / cadeias curtas de abastecimento alimentar serão “incorporadas” ao sistema alimentar convencional. Haverá convívio e crescimento complementar, ainda que relativamente autônomo? Ou essas redes serão seletivamente cooptadas e “incorporadas” e, cada vez mais, submetidas às práticas e às pressões de redução de custos e preços típicas do sistema convencional? Se este for o caso, as RAAs terão trazido apenas um alívio temporário à gestão exploradora da cadeia de abastecimento e ao “aperto” da renda dos agricultores.

Este parece ser, cada vez mais, o destino da agricultura orgânica nos EUA (Guthman, 2004a), onde redes de supermercados como *Wal-Mart*, *Safeway*, *Kroger's*, *Target* e *Trader Joe's*, em um ótimo exemplo da analogia de Tim Lang sobre a concorrência oligopolista como um “nado sincronizado”, estão rapidamente expandindo suas linhas de marca própria de produtos orgânicos, frescos e processados. Com taxas anuais de crescimento entre 15 e 20 por cento entre 1998-2005 e vendas de alimentos orgânicos estimadas em US\$ 13,8 bilhões em 2005, este “espaço de consumo” claramente atraiu a atenção dos principais varejistas de alimentos dos EUA. A intensidade crescente da concorrência se reflete na aquisição por US\$ 565.000.000 da rival *Wild Oats Marketplace* pela *Whole Foods Market*, que foi pioneira no varejo orgânico no início da década de 1980 – aumentando seu número de lojas de 193 para 303 nos EUA, Canadá e Grã-Bretanha⁷.

Este futuro também está sendo consolidado no Reino Unido, onde as principais cadeias de varejo detêm uma participação de setenta e cinco por cento das vendas de

⁷ A Comissão Federal do Comércio dos EUA (US Federal Trade Commission) aprovou esta fusão em 2008, depois de ter movido uma ação judicial, em 6 de junho de 2007, para barrar a proposta de aquisição.

produtos orgânicos. A faceta crescentemente corporativa dos alimentos orgânicos no Reino Unido revelou-se, uma vez mais, em outubro de 2007, quando *Abel & Cole*, já um gigante no setor de entrega de cestas orgânicas, com cerca de 50.000 clientes e vendas de US\$ 56 milhões, anunciou que tinha vendido uma participação no negócio para a empresa de capital privado, Phoenix. O caso do iogurte orgânico *Rachel* – marca originalmente de uma única granja produtora de laticínios em Aberystwyth, primeiro estabelecimento agrícola orgânico certificado na Grã-Bretanha, e depois usada para designar a sua rede galesa de granjas leiteiras orgânicas – alerta para a voracidade do sistema alimentar dominante. Esta cadeia curta de abastecimento alimentar ampliou-se posteriormente para abastecer o *Sainsbury*, antes de ser adquirida pela *Horizon*. Esta última foi o principal fornecedor de leite orgânico dos EUA e sofreu, em 2007, uma ação judicial, questionando seus métodos de produção em larga escala ao modo de “fazenda industrial”, a qual foi movida por grupos de consumidores orgânicos dos Estados Unidos, por violar marcos regulatórios da produção orgânica. A *Horizon*, por sua vez, foi engolida pelo conglomerado multinacional, *Dean Foods*, deixando para trás apenas o nome da marca *Rachel's Organic* em memória da “resistência” local e da identidade ecocultural.

Esses exemplos evidenciam o poder do mercado convencional e da imitação de marcas para diluir e enfraquecer as contranarrativas e imaginários dos alimentos “locais”, “orgânicos” e de “qualidade”.

As relações sociais de consumo

Se a crescente incorporação de produtos orgânicos e locais ao sistema dominante, observada acima, traz uma promessa de acesso mais democrático aos mesmos, no momento, as relações sociais de consumo subjacentes a essas novas formas de abastecimento de alimentos mostram-se altamente desiguais. Preços consideravelmente mais altos, compromissos de tempo-espaço necessários para adquirir e preparar alimentos alternativos e locais, e os respectivos conhecimentos envolvidos sugerem a exigência de níveis significativos de capital econômico e cultural para se ter acesso a esses sistemas de abastecimento. Além disso, o relatório de mercado da *Soil Association*, de 2006, observou que vem surgindo um setor *premium* de orgânicos⁸.

Apesar dos preços mais elevados, o relatório revela que as vendas anuais de produtos orgânicos cresceram, em média, 27 por cento em relação à última década, embora ainda representem menos de 1,6 por cento do total das vendas de alimentos do Reino Unido. Como vimos, tanto as redes agroalimentares alternativas/cadeias curtas de abastecimento como outros atores, especialmente supermercados, vêm respondendo a este mercado, cada vez mais diferenciado, cuja emergência traz a perspectiva de um novo sistema alimentar, hierarquizado, estratificado por renda e por outros indicadores de classe. De um modo geral, apenas consumidores privile-

⁸ O anúncio da “restrição do crédito”, em setembro de 2008, e a volta da relação “qualidade-preço” nas compras de alimentos sugerem estar em risco a continuidade de rápido crescimento do setor de alimentos orgânicos e de qualidade. Se neste transcurso as diferenças de preços relativos entre os alimentos orgânicos e convencionais irão aumentar ou diminuir, ainda não se sabe.

giados têm condições de aderir a esta “fuga para a qualidade”, deixando os demais como “convidados ausentes à mesa” (Goodman, 2004, p. 12-13). Este é um ponto crítico da política social, evidenciado em trabalho recente sobre os vínculos entre pobreza-alimentação-saúde (Dowler e Turner, 2001) e na persistente pobreza infantil no âmbito do Novo Trabalhismo, com 2,8 milhões de crianças abaixo da linha de pobreza (Financial Times, 28 de março de 2007)⁹.

Notáveis esforços para quebrar esses “nichos socialmente excludentes” incluem o crescimento das cooperativas alimentares comunitárias e, particularmente, a Iniciativa de Compras Públicas para Abastecimento Alimentar, introduzida pelo DEFRA¹⁰, em 2003, com ênfase em produtos alimentares sustentáveis, melhor acesso para os grupos minoritários e melhores condições de trabalho para os trabalhadores do setor público de *catering* (Morgan, 2007). A cobertura midiática dada às acusações feitas por Jamie Oliver, em 2005, envolvendo merenda escolar, deu novo impulso a este processo, e as merendas escolares tornaram-se “um teste decisivo do anunciado compromisso do Novo Trabalhismo com saúde pública, justiça social e desenvolvimento sustentável” (Morgan, 2007, p. 8). Para tratar de modo abrangente a questão do acesso desigual à alimentação e suas consequências sobre a saúde, as compras públicas de alimentos deveriam ser encaradas apenas como a pedra fundamental de uma nova e adequadamente financiada política nacional de alimentos (Morgan e Sonnino, 2008). A questão crítica segue sendo a de como criar sistemas de abastecimento de larga escala, que democratizem o acesso e tornem acessíveis os alimentos nutritivos. Ademais, isso deveria ser feito de forma a evitar a reimposição, aos agricultores, de práticas de exploração e de arrocho de custos-preços atualmente associados à gestão varejista da cadeia de suprimentos (Marsden et al., 2000; Marsden, 2004). Na ausência de tais novos sistemas, a integração dos alimentos alternativos de qualidade ao mercado convencional representa uma barganha faustiana para os produtores.

Com relação a isso, uma edição recente da revista *Time* (12 de março de 2007, p. 11) observa que o conselho “esqueça orgânicos, coma alimentos locais” não serve de consolo aos produtores de orgânicos que tiveram suas margens de preços *premium* erodidas pelos grupos varejistas sob a pressão da concorrência para “crescer ou ficar de fora”. A experiência europeia sugere que também os rendimentos econômicos implícitos no *slogan* “coma alimentos locais” são vulneráveis à imitação e apropriação. Tal vulnerabilidade se revela em pesquisa realizada em 2007, pelo *Guild of Fine Foods*, cujos membros representam cerca de 25 por cento do setor de *delicatessen* e de mercearias de produtos de granja, no Reino Unido. Segundo a imprensa, o diretor da Associação, Bob Farrand, disse “[a] Waitrose imita *delicatessens* e mercearias de produtos rurais com especialidades e alimentos de origem local, mas, muitas vezes, a preços mais baixos

⁹ Nos EUA, dois instrumentos legislativos melhoram diretamente o acesso de beneficiários de ajuda alimentar e de famílias de baixa renda a mercados de agricultores: os Senior Farmers’ Market Program (programa de vale-feira para idosos) e Farmer’s Market Nutrition Program (Programa Nutricional Feira de Agricultores) um componente da provisão de ajuda alimentar destinado a mulheres, bebês e crianças (WIC).

¹⁰ Department for Environment, Food and Rural Affairs – agência do governo britânico responsável pelas políticas e regulação na área de meio ambiente, alimentos e assuntos rurais (N.T.)

graças a seu poder de compra” (*The Guardian*, 03 de julho de 2007, 11). Membros da associação expressaram seu receio frente aos planos de expansão nacional da *Waitrose*, a partir de sua base no sul da Inglaterra, inicialmente visando cidades com mercados menores. Uma possível solução para essa difícil equação seria encontrar mecanismos para reduzir o poder oligopolista exercido pelos supermercados sobre as cadeias de abastecimento, como propõe a Comissão de Desenvolvimento Sustentável (2008): introdução de diretrizes nacionais de comércio justo para reestruturar as relações entre produtores, varejistas e consumidores.

Sem um Estado mais intervencionista e mudanças radicais na política de concorrência do Reino Unido, a persistente supremacia dos supermercados oligopolistas dificilmente será abalada, como sustenta Marsden (2004). O relatório da Comissão de Concorrência sobre o setor de produtos alimentícios, publicado em 30 de abril de 2008, indica que esse ceticismo ainda se justifica. Quase equiparando o interesse público com a [liberdade de] escolha dos consumidores nos mercados de varejo locais, o relatório, de um modo geral, aceita o poder do *Big Four* e a supremacia da *Tesco* e só oferece apoio insignificante aos seus fornecedores acossados. Ou seja, reconhece a ineficácia do código de conduta facultativo anterior na resolução dos enormes desequilíbrios existentes nas relações supermercado-fornecedor e recomenda a criação de um *ombudsman* encarregado de assegurar seu cumprimento. Isso é pouco mais do que um leve incômodo para os supermercados, pois deixa intactas as estruturas oligopolistas de mercado responsáveis pela impotência de produtores e fornecedores.

Espaços de Consumo: o Consumidor Inconstante

De maneira geral, os consumidores têm sido descritos em estudos da área agroalimentar nos termos instrumentais e abstratos da teoria neoclássica da demanda ou, na melhor das hipóteses, são categorizados em estratos, tão apreciados nos perfis das pesquisas de mercado. Ou seja, parafraseando Arjun Appadurai (1986, p. 31), consumidores emergem como privados, atomísticos e passivos ao invés de “eminente socialmente, relacionais e ativos”. Em sentido estrito, o desafio teórico que se coloca aos estudos da área agroalimentar, ao tentarem recolocar a questão do consumo, é explorar extensivamente cada uma dessas dimensões (Goodman e DuPuis, 2002). Ao invés de usar o consumo como um meio para falar, principalmente, sobre qualidade e sua produção, se deveria conferir igual prioridade às práticas sociais cotidianas de consumo de alimentos e aos conhecimentos que informam tais rotinas, práticas habituais.

Ao analisar a política de consumo das redes alimentares alternativas, Goodman e DuPuis (2002) invocam a figura do “consumidor reflexivo”, a fim de identificar modos de agência não abrangidos por políticas emancipatórias, pelo campo marxista da luta de classes na produção, ou pelos movimentos sociais organizados. Ao adotar tal abordagem pós-foucaultiana, o político pode ser redefinido como uma “capacidade de agir” mais descentralizada (Baker, 1990), que se estende para o âmbito “privado” da vida cotidiana. Vários trabalhos recentes têm incorporado essa perspectiva, em linhas gerais, nas análises da “virada” da qualidade para modos alternativos de provisão de alimentos.

Práticas de conhecimentos concorrentes: “cultivando alimentos e conhecendo alimentos”

Essa ênfase nas formas de agência e na política incorporadas às práticas sociais cotidianas abre a questão do consumo em redes agroalimentares alternativas para análise em termos de sistemas de conhecimentos concorrentes. É recente o uso desta formulação nos estudos sobre o consumidor e o “conhecimento do alimento” que se come, embora ela tenha sido amplamente utilizada para caracterizar a produção agrícola sustentável ou o “cultivo do alimento” como luta entre sistemas de conhecimento formais e tácitos (Kloppenburg, 1991; Kloppenburg e Hassanein, 1995; Ploeg, 2003). Ou seja, “ao vincular essas disputas entre conhecimentos, começamos a ver que a política do sistema alimentar envolve ‘modos de ordenação’ alternativos, em que o alimento é uma arena de contestação, ao invés de um véu sobre a realidade” (Goodman e DuPuis, 2002, p.16). Nessa abordagem, o alimento já não se encontra conceitualmente polarizado entre o totem durkheimiano –símbolo que representa relações sociais – e o fetiche marxista – símbolo que esconde as relações sociais –, mas surge como uma arena de luta, e uma esfera de relacionalidade (Goodman e DuPuis, 2002, p. 15). Um foco analítico sobre os conhecimentos concorrentes do “cultivo do alimento” e do “conhecimento do alimento” estabelece uma ponte entre os espaços de produção e de consumo, os espaços público e privado, e destaca as alianças que cruzam esses espaços nos quais os consumidores se envolvem como participantes ativos e relacionais. Isso equivale ao simples, embora longamente ignorado, reconhecimento de que os alimentos, seus produtores e consumidores estão enredados num discurso politicamente disputado e continuamente alterado de pretensões de conhecimentos concorrentes.

Embora não se aprofunde o tema aqui (ver Goodman, 2008), a natureza da “política”, em uma política de consumo reflexiva e ética, tem atraído crescentes polêmica e debate. Persiste um ceticismo profundamente enraizado (Bernstein e Campling, 2006; Guthman, 2004b), mas várias contribuições recentes consideram o consumo como uma arena potencialmente importante de cidadania e de política cívica “republicana” e participativa (Needham, 2003) e, uma em que organizações de defesa do consumidor podem articular formas de “ação coletiva individualizada” (Micheletti, 2003; Clarke et al., 2007; ver também Miller 1995). A esse respeito, o conceito de Soper (2004), de uma ética e política “hedonistas alternativas”, oferece uma análise inovadora e diferenciada da mudança para estilos de vida éticos e “ecológicos” em sociedades e grupos sociais afluentes (ver também Soper e Thomas, 2006).

O tema de quem “conhece alimentos” e tem os recursos para agir de acordo com esse conhecimento levanta sérias questões sobre o caráter de classe e racial das culturas de abastecimento alimentar (Slocum, 2006; 2007). Assim, em um artigo anterior, Guthman (2002, p. 299) percebe uma “compreensão elitista de reflexividade” em trabalhos recentes sobre a política de consumo, argumentando que “... está implícito na noção de reflexividade que o gosto popular é predeterminado, irrefletido e baseado em uma cultura econômica da alimentação, à qual o consumidor reflexivo se opõe”. Enquanto o conhecimento alimentar não é propriedade exclusiva das elites afluentes,

o poder de optar por não consumir o convencional está, claramente, limitado pela renda e desigualmente distribuído. Nesse contexto, Jaffee et al. (2004) apelam para o reconhecimento do “abastecimento justo” e da justiça social nas relações de produção-consumo alternativas, expondo uma dimensão esquecida e crítica das políticas de provisão alternativa de alimentos. Como eles sucintamente observam, “análises da inserção social, associada à comercialização alternativa e direta de alimentos, não priorizam o exame da equidade” (p. 175).

Estéticas alimentares concorrentes

Questões de conhecimentos, justiça social e equidade em espaços de consumo surgem com uma roupagem bastante diferente em um trabalho recente de Jonathan Murdoch e Mara Miele que exploram a mutante e cada vez mais concorrida estética dos alimentos em um nervoso mundo pós-BSE. Tais estéticas e sua duvidosa construção sociocultural oferecem uma explicação para a reprodução de espaços diferenciados de produção-consumo. Em um primeiro artigo sobre o tema, esses autores contrastam uma “estética da diversão”, desenvolvida por cadeias de alimentação popular, padronizada, como *McDonalds* e *Burger King*, nas quais a qualidade da comida é secundária e disfarçada pela “experiência do restaurante”, com a “estética gastronômica”, marca distintiva do movimento *Slow Food* (SFM), que tem por referências frescor, sazonalidade e tipicidade dos alimentos, e cuja retórica dominante é o *terroir* (Murdoch e Miele, 1999).

Um artigo posterior argumenta que crises alimentares tornaram os consumidores mais reflexivos quanto aos alimentos e suas origens, levando-os “a redescobrir o produto *por trás do rótulo*” (Murdoch e Miele, 2004b, p. 160). Esta mudança cognitiva é descrita em termos de uma “estética relacional”, conceituada como um “movimento duplo” de desconexão para estabelecer uma distância crítica para a reflexão e novas formas de (re)conexão. Os autores prosseguem analisando as convenções de qualidade, articuladas em termos de herança cultural, ecologia e justiça social por parte, respectivamente, do SFM, da *Soil Association* e da *Fair Trade*, assim como o papel desempenhado por esses movimentos sociais ao orquestrar tal estética relacional na promoção e difusão de certas noções de qualidade, de modo a construir espaços “alternativos” de produção-consumo de alimentos.

Como Murdoch e Miele (2004b, p. 170, ênfase original) observam, esses novos movimentos sociais

[...] visam a regular e monitorar cadeias alimentares alternativas e, simultaneamente, atrair consumidores para seus produtos...[S]elos e logos de qualidade são empregados para envolver os consumidores em um novo relacionamento com os ambientes de produção. Em suma, as marcas e logos *incorporam* aos produtos alimentícios conjuntos complexos de relações, de forma a facilitar sua apreciação pelos consumidores. Eles, portanto, promovem uma nova estética de alimentos, baseada em *conectividade* com aquelas condições naturais e sociais vistas como determinantes da qualidade dos alimentos.

Nesse sentido, esses novos movimentos sociais estão atuando como organizações comerciais, estabelecendo modelos de comércio, regulando o mercado e usando suas convenções de controle de qualidade para exercer governança e articulação econômica. Tais organizações exemplificam as noções de “ação coletiva individualizada” e “consumismo político” de Micheletti (2003) e fornecem uma resposta à questão de como os valores éticos “comuns”, praticados rotineiramente por atores-consumidores individuais, podem ser “traduzidos” ou mobilizados de forma a ter impactos sistêmicos mais amplos (Barnett et al., 2005; ver também Popke, 2006).

O trabalho de Murdoch e Miele representa um esforço notável e consistente de teorizar sobre os vínculos entre os espaços de produção e consumo em redes alimentares alternativas. Contudo, a percepção desses consumidores reflexivos é de que ainda são “conduzidos” e “reativos”, e a ênfase recai fortemente sobre as atividades das organizações da sociedade civil, que regulam e orquestram essas cadeias de suprimento e seus mercados. A adesão desta categoria indiferenciada de consumidores reflexivos é alcançada através de escolhas que implicam juízo crítico. Isso exige que eles se envolvam e se identifiquem com o marketing de convenções de qualidade selecionadas e suas respectivas logomarcas, as quais visam transmitir e, assim, prover formas distintas de “conectividade” com os produtores e com os espaços de produção.

No entanto, na medida em que tal distinção subentende apenas algumas relações socioambientais, aquelas selecionadas são reveladas ou tornadas transparentes através desses selos e das práticas de auditoria em que se baseiam, enquanto outras permanecem obscuras. Estas diferentes estéticas constituem formas fetichizadas e alienadas de relacionalidade, refletindo o que Andries Du Toit (2002, p. 371) chama de “tecnologia de ética”, na qual os rótulos induzem a uma espécie de efeito placebo. Neste caso, o que ele designa como um “efeito da ética” é experimentado, simplesmente, pelo envolvimento no ato de consumo. Como alguns autores têm enfatizado, tais movimentos estéticos podem ser descritos em termos de um “movimento duplo” muito diferente, de desfetichização e refetichização. Um exemplo comum é a agricultura orgânica, na qual as relações de produção técnicas ou ecológicas são evidenciadas, mas as relações sociais, incluindo relação-salarial, as condições de trabalho e os direitos civis permanecem ocultos “por trás do rótulo” de orgânico, como Allen (2004) e Guthman (2004a) têm enfatizado em relação à Califórnia.

No caso da *Fair Trade*, Bryant e Goodman (2004, p. 359) analisam de forma semelhante as ações de desfetichização com as quais se explicitam as relações sociais de produção “para possibilitar aos consumidores, espera-se, estabelecerem conexões morais e econômicas com os produtores dos alimentos que eles ingerem”. Os autores vão além, sugerindo que, no entanto, precisamente este ato “tem por efeito mercadorizar a relação ética que estaria no cerne do comércio justo – isto é, pequenos agricultores, cooperativas de produtores e práticas *sustentáveis*. Assim, os fluxos de conhecimento envolvendo comércio justo atuam para *reformular* o fetiche em torno dos produtos de comércio justo criando um novo tipo de espetáculo *alternativo* para os consumidores do Norte” (ênfase original).

O não reconhecimento do acesso limitado da grande maioria dos consumidores a alimentos *slow* de qualidade é mais um exemplo da desfetichização seletiva. A esté-

tica relacional “rotulada” nas logomarcas dos novos movimentos sociais alternativos reinstauram e reinscrevem o fetiche em seus respectivos mercados, subsumindo essas desigualdades na distribuição e consumo de alimentos. Este tema é desenvolvido na próxima seção, que analisa brevemente as geografias “alternativas” de varejo de alimentos de qualidade e a “carga moral” dessas geografias políticas do consumismo estetizado.

Geografias de varejo de alimentos - geografias morais?

É fácil sugerir que alimentos de qualidade e seus saberes associados podem ser fontes de “mais valia” cultural e econômica para o consumidor e uma forma de capital social, encaixando perfeitamente na análise do consumo e distinção social de Bourdieu. Essas desigualdades distributivas também podem ser relacionadas às geografias desiguais de varejo dos “espaços de alimentos de qualidade” descritos na “London Eating and Drinking, 2005” da *Time Out*. Mapeando seu rápido crescimento e concentração espacial, a *Time Out* (2005, 8) sugere que

Se há alguma tendência entre os *gourmands* (é que) ... mais e mais (deles) estão comprando em feiras livres locais, ao invés de lamentar seu declínio. Feiras de agricultores estão brotando tão rapidamente ... que é difícil acompanhar. O Borough Food Market – a joia da coroa entre as feiras de alimentos de Londres, mas que, incrivelmente, existe há apenas alguns anos, tem agora mais visitantes do que o Madame Tussaud ... Além disso, cresceu também o número de boutiques de alimentos com uma grande variedade de estoque, desde estabelecimentos “étnicos” a *delicatessens* de alta qualidade e especializadas.

Diz-se que o ressurgimento de mercearias ocorreu como uma reação contra os “ambientes deprimentes criados por supermercados e porque, enquanto os grandes grupos varejistas proporcionaram a quase todo mundo o acesso a alimentos de boa qualidade e baratos ... ‘pessoas mais abastadas’ podem dar-se ao luxo de serem mais exigentes” (p. 8). Em uma ode ao gosto afluente e seus espaços alimentares, a *Time Out* seleciona dois “bairros *foodie*” como emblemáticos dessas geografias desiguais e relações sociais de consumo de alimentos de qualidade: Marylebone High Street e Northcote Road, em Battersea, observando que “ambos têm visto uma vasta transformação em suas mercearias, mas por razões muito diferentes” (p. 8; veja a Figura 1).

Em Marylebone “Village”, “a fatura de boutiques de alimentos requintados” é atribuída aos recentes esforços da agência imobiliária *Howard de Walden Estate*, que detém a Marylebone High Street e os 92 hectares circundantes, e sua “promessa aos seus inquilinos que pagam aluguéis elevados de fornecer serviços de alto nível” (p. 9). Uma lista parcial dos estabelecimentos “desejáveis” atraídos para a área pela imobiliária inclui: *La Fromagerie*, *Rococo Chocolates*, *Total Organics*, Feira de agricultores de Marylebone (aos domingos), *Patisserie Valerie*, *Ginger Pig* e *Divertimenti*, “possivelmente a melhor loja de serviços de mesa e utensílios de cozinha em Londres” (p. 9). A Marylebone High Street também é o lar de *The Natural Kitchen*, cujo painel de fachada anuncia “Culinária Orgânica, Silvestre e Artesanal” e cuja declaração de “quem somos” assegura a seus

clientes que “Nossos alimentos não são produzidos em massa”. A paisagem culinária de Northcote Road foi transformada, na década de 1990, pela valorização das casas geminadas em estilo vitoriano da área. Imóveis com preços abusivos e o afluxo de pessoas capazes de pagá-los, majoritariamente brancas e de classes profissionais, ressuscitaram as tradicionais feiras de rua e mercearias existentes, e atraíram novas. Estas variam de especialistas em queijos, com “um conjunto atraente de guarnições, incluindo vários tipos de pão-de-aveia” e em vinhos de alta qualidade, e mestres padeiros, até uma nova *delicatessen* italiana, *I Sapori*, cujo “estoque é, decididamente, de produtos de primeira classe” (p. 12). Não há deserto alimentar aqui!

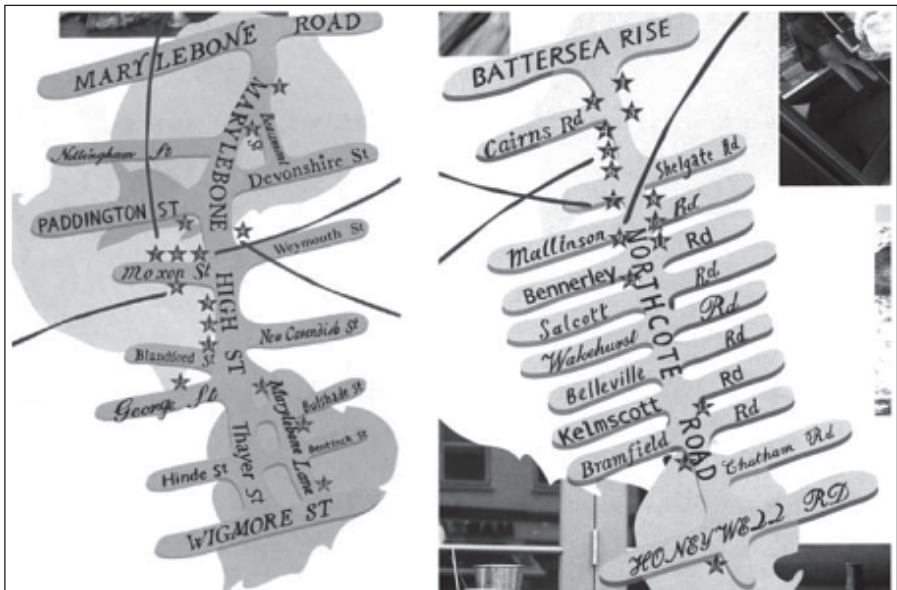


Figura 1. Mapas dos dois bairros *foodie* de Londres.

Fonte: Time Out, London Eating and Drinking, 2005; reproduzido com autorização.

Esses dois casos de “aburguesamento *foodie*” destacam, de modo quase caricatural, as enormes desigualdades sociais e espaciais, típicas das relações de consumo de alimentos orgânicos e artesanais de qualidade. Estreitas “conexões entre propriedade, privilégio e pele clara” são constitutivas desses espaços de praxis alternativas de alimentos (Slocum, 2007, p.7). No entanto, protagonistas da provisão de alimentos alternativos afirmam que os alimentos de qualidade e suas economias culturais, incorporam geografias morais e que, assim como produtos de comércio justo, são moralmente precificados. As “pessoas ricas” mais exigentes, como a *Time Out* coloca, podem consumir alimentos “artesanais”, orgânicos e exclusivos e ainda reivindicar superioridade moral. Por esse argumento, os imaginários ecossociais dos alimentos de

qualidade – pense no discurso do *Slow Food* – conectam o estilo de vida dos consumidores a uma ética de conservação que abarca paisagens tradicionais, comunidades rurais, legados históricos de *savoir faire*, métodos humanizados de criação de animais e diversidade cultural e gastronômica. Na medida em que alimentos locais e de qualidade são “representados como incorporando o “desenvolvimento rural alternativo”, produtores e consumidores conectam-se em um campo discursivo no qual o consumo “faz a diferença” (Goodman, M., 2004, p. 902).

Com efeito, uma ética de gestão da terra como a proposta por Leopold é materializada através de uma estética de alimentos, um resultado ao qual os consumidores de maior renda e predominantemente brancos têm acesso privilegiado. Esta “política da perfeição” em torno do “bem viver” e do “bem comer” “universaliza e exalta modos particulares de comer como ideais” (DuPuis e Goodman, 2005, p.362). Uma estética alimentar de classe média branca é a “categoria indistinta” nessa política que adota investimentos possessivos, naturalizados e não reconhecidos, em classe, raça, gênero e lugar/espaço (Lipsitz, 1998). Como observam DuPuis e Goodman (2005, p. 368), “é importante prestar mais atenção às formas como nossos investimentos possessivos em nossos próprios privilégios influenciam o modo como definimos problemas e soluções”. Para enfatizar novamente, a gestão Leopoldina, promulgada nos espaços de abastecimento alimentar alternativos dos brancos privilegiados, nada tem a ver com justiça social, seja nas relações de trabalho do “campo à prateleira” ou na igualdade de acesso.¹¹

Como Barnett et al. (2005, p. 8) observam, apoiando-se em Bourdieu (1984), “o consumo ético opera, muitas vezes, concedendo aos consumidores coisas que são, essencialmente, bens posicionais”, os quais reforçam a diferenciação social e cultural. No entanto, se a prática atual da alimentação alternativa está orientada ao privilégio econômico e cultural e a investimentos possessivos dos brancos, sua crítica não deveria envolver rejeição absoluta e condenação total. Ao contrário, esta orientação é contingente e a possibilidade de emergirem outros compromissos éticos, socialmente mais justos – como evidencia o recente crescimento de programas de compras públicas e cooperativas de alimentos no Reino Unido – precisa ser conhecida e explorada (Slocum, 2007). Além disso, como Bryant e Goodman (2004) sugerem, a prática da alimentação alternativa pode representar uma forma de anticonsumismo e tal desencanto com modos coletivos convencionais de abastecimento pode ser um importante precursor de uma política “hedonista alternativa” mais ampla (Soper, 2004; Soper e Thomas, 2006). Este breve comentário revela o quão complexa é a análise do consumo politizado, com suas ambivalências de privilégio reflexivo, antagonico. É chegada a hora de trazer tais questões para o centro das atenções na literatura e nas práticas de provisão alternativa de alimentos.

¹¹ Sobre as dimensões raciais das redes agroalimentares alternativas nos EUA, ver Allen (2004), Guthman (2004a) e Slocum (2006, 2007).

Observações Finais

Este capítulo analisou a recente literatura de pesquisa sobre os lugares e espaços de produção-consumo abertos pelo crescimento das redes alternativas de abastecimento de alimentos. Atenção particular tem sido dedicada à construção da qualidade e de seus significados concorrentes. As novas convenções de qualidade, que inspiram as práticas alimentares alternativas, criaram mercados emergentes, novas fontes de valor econômico e relações de poder indefinidas ao longo dos espaços de abastecimento alimentar. As agendas de pesquisa deveriam priorizar novas análises sobre as inter-relações em construção entre abastecimento alimentar convencional e alternativo, captadas pelas noções de “integração” (*mainstreaming*), e de como assimetrias de poder operam para influenciar a distribuição das rendas entre os atores nessas cadeias de valor.

Um modo socialmente justo de abastecimento alimentar segue sendo importante no imaginário de sistemas alimentares alternativos (Slocum, 2007). Mas avanços concretos nessa direção, à parte os atuais esforços no âmbito das compras públicas (Morgan, 2007; Morgan e Sonnino, 2008), até agora envolveram basicamente iniciativas isoladas, em nível micro. Para além do fato de deplorar tal descuido, a literatura de pesquisa tende a ignorar essa questão. Sugeriu-se, neste capítulo, que as análises críticas recentes sobre geografias morais e consumo ético dos alimentos oferecem caminhos potencialmente frutíferos para reavivar os debates sobre abastecimento alimentar alternativo e justiça social.

Ademais, de forma mais pragmática, a justiça social deve ser a peça central de uma política alimentar revigorada voltada à promoção do acesso equitativo a alimentos nutritivos de qualidade e de forma a sustentar meios de subsistência “justos” para agricultores, trabalhadores agrícolas e outros atores do abastecimento alimentar. Isso, por sua vez, requer medidas paralelas radicais de eliminação das práticas oligopolistas, usadas por supermercados, para assegurar rendas econômicas e dominar a cadeia de valor. Sem mudanças políticas e institucionais profundas, as redes alimentares alternativas correm o risco de ficar limitadas a prover “pessoas abastadas”, em espaços de consumo circunscritos, cujas fronteiras são patrulhadas por varejistas rentistas ávidos de novas oportunidades para diferenciar suas linhas de produtos.

Referências

ALLEN, P. *Together at the Table: Sustainability and Sustainance in the American Agri-Food System*. University Park: Pennsylvania State University Press, 2004.

APPADURAI, A. Introduction: Commodities and the Politics of Value. In: APPADURAI, A. (Ed.). *The Social Life of Things*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

BAKER, P. The Domestication of Politics: Women and American Political Society, 1780-1920. In: GORDON, L. (Ed.). *Women, the State and Welfare*. Madison: University of Wisconsin Press, 1990.

BARNETT, C.; CLOKE, P.; CLARKE, N.; MALPASS, A. Consuming Ethics: Articulating the Subjects and Spaces of Ethical Consumption. *Antipode*, 37 (1), p. 23-45, 2005.

- BERNSTEIN, H.; CAMPLING, L. Commodity Studies and Commodity Fetishism II: "Profits with Principles"? *Journal of Agrarian Change*, 6 (3), p. 414-447, 2006.
- BOURDIEU, P. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge, 1984.
- BRYANT, R.; GOODMAN, M. Consuming Narratives: The Political Ecology of "Alternative" Consumption. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 29 (3), p. 344-366, 2004.
- BULLER, H. Is this the European Model? In: BULLER, H.; HOGGART, K. (Ed.). *Agricultural Transformation, Food and Environment*. Aldershot: Ashgate, 2001.
- BULLER, H. Re-creating Rural Territories: LEADER in France. *Sociologia Ruralis*, 40 (2), p. 190-199, 2000.
- CLARKE, N.; BARNETT, C.; CLOKE, P.; MALPASS, A. Globalizing the Consumer: Doing Politics in an Ethical Register. *Political Geography*, 26, p. 231-249, 2007.
- Comission of Sustainable Development. *The State of Food and Agriculture. Biofuels: prospects, risks and opportunities*. Roma: United Nations. FAO, 2008.
- CURRY REPORT. *Farming and Food: A Sustainable Future*, Report of the Policy Commission on the Future of Food and Farming. London: UK Cabinet Office, 2002.
- DeLIND, L. Considerably more than Vegetables, a lot less than Community: the Dilemma of Community-supported Agriculture. In: ADAMS, J. (Ed.). *Fighting for the Farm: Rural America Transformed*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2003.
- DIXON, J. A Cultural Economy Model for Studying Food Systems. *Agriculture and Human Values*, 16, p. 151-160, 1999.
- DOWLER, S.; TURNER, S. *Poverty Bites: Food, Health and Poor Families*. London: Child Poverty Action Group, 2001.
- DU TOIT, A. Globalizing Ethics: Social Technologies of Private Regulation and the South African Wine Industry. *Journal of Agrarian Change*, 2 (3), p. 356-380, 2002.
- DUPUIS, M.; GOODMAN, D. Should We Go "Home" to Eat? Toward a Reflexive Politics of Localism. *Journal of Rural Studies*, 21, p. 359-371, 2005.
- FINE, B. *The World of Consumption: the Material and Cultural Revisited*, 2nd Edition. London: Routledge, 2002.
- FINE, B.; HEASMAN, M.; WRIGHT, J. *Consumption in the Age of Affluence: the World of Food*. London: Routledge, 1996.
- FRIEDMANN, H. Food Politics: New Dangers, New Possibilities. In: MCMICHAEL, P. (Ed.). *Food and Agrarian Orders in the World Economy*. Westport: Praeger, 1994.
- GOODMAN, D. *Pragmatists, "Satisficers" and Radical Structuralists: Reflections on Ethical Consumption and the (New) Politics of Food*. Draft paper, 2008.
- GOODMAN, D. Rural Europe Redux? Reflections on alternative agro-food networks and paradigm change. *Sociologia Ruralis*, 44 (1), p. 3-16, 2004.
- GOODMAN, D.; DUPUIS, E. M. Knowing Food and Growing Food: Beyond the Production-Consumption Debate in Agro-Food Studies. *Sociologia Ruralis*, 42 (1), p. 6-23, 2002.
- GOODMAN, M. Reading Fair Trade: Political Ecological Imaginary and the Moral Economy of Fair Trade Foods. *Political Geography*, 23 (7), p. 891-915, 2004.

- GREGORY, D. *Geographical Imaginations*. Oxford: Blackwell, 1994.
- GUTHMAN, J. *Agrarian Dreams: the Paradox of Organic Farming in California*. Berkeley: University of California Press, 2004a.
- GUTHMAN, J. Commodified Meanings, Meaningful Commodities: Re-thinking Production-Consumption Linkages in the Organic System of Provision. *Sociologia Ruralis*, 42 (4), p. 295-311, 2002.
- GUTHMAN, J. The "Organic" Commodity and other Anomalies in the Politics of Consumption. In: HUGHES, A.; REIMER, S. (Ed.). *Geographies of Commodity Chains*. London: Routledge, 2004b.
- HARVEY, D. Between Space and Time: Reflections on the Geographical Imagination. *Annals of the Association of American Geographers*, 80 (3), p. 418-34, 1990.
- HOLLOWAY, L.; KNEAFSEY, M. Producing-Consuming Food: Closeness, Connectedness and Rurality. In: HOLLOWAY, L.; KNEAFSEY, M. (Ed.). *Geographies of Rural Cultures and Society*. London: Ashgate, 2004.
- ILBERY, B.; KNEAFSEY, M. Niche Markets and Regional Speciality Food Products in Europe: Towards a Research Agenda. *Environment and Planning A*, 31, p. 2207-2222, 1999.
- ILBERY, B.; MAYE, D. Food Supply Chains and Sustainability: Evidence from Specialist Food Producers in the Scottish/English Borders. *Land Use Policy*, 22 (4), p. 331-344, 2005.
- ILBERY, B.; MAYE, D. Retailing Local Food in the Scottish/English Borders; a Supply Chain Perspective. *Geoforum*, 37 (3), p. 352-367, 2006.
- ILBERY, B.; MORRIS, C.; BULLER, H.; MAYE, D.; KNEAFSEY, M. Product, Process and Place: an Examination of Food Marketing and Labelling Schemes in Europe and North America. *European Urban and Regional Studies*, 12 (2), p. 116-132, 2005.
- JACKSON, P.; WARD, N.; RUSSELL, P. Mobilising the Commodity Chain Concept in the Politics of Food and Farming. *Journal of Rural Studies*, 22 (2), p. 129-141, 2006.
- JAFFEE, D.; KLOPPENBURG, J.; MONROY, M. Bringing the "Moral Charge" Home: Fair Trade within the North and within the South. *Rural Sociology*, 69 (2), p. 169-196, 2004.
- KLOPPENBURG, J. Social Theory and the De/reconstruction of Agricultural Science -Local Knowledge for an Alternative Agriculture. *Rural Sociology*, 56 (4), p. 516-548, 1991.
- KLOPPENBURG, J.; HASSANEIN, N. Where the Green Grass Grows again: Knowledge Exchange in the Sustainable Agriculture Movement. *Rural Sociology*, 60 (4), p. 721-740, 1995.
- KLOPPENBURG, J.; HENDRICKSON, J.; STEVENSON, G. W. Coming into the Food shed. *Agriculture and Human Values*, 13 (3), p. 33-42, 1996.
- LIPSITZ, G. *The Possessive Investment in Whiteness: How White People Benefit from Identity Politics*. Philadelphia: Temple University Press, 1998.
- LITTLER, J. Beyond the Boycott: Anti-consumerism, Cultural Change and the Limits of Reflexivity. *Cultural Studies*, 19 (2), p. 227-252, 2005.
- LOWE, P.; BULLER, H.; WARD, N. Setting the Next Agenda? British and French Approaches to the Second Pillar of the Common Agricultural Policy. *Journal of Rural Studies*, 18 (1), p. 1-17, 2002.
- MARSDEN, T. Theorizing Food Quality: Some Key Issues in Understanding its Competitive Production Regulation. In: HARVEY, M.; McKEEKIN, A.; WARDE, A. (Ed.). *Qualities of Food*. Manchester: Manchester University Press, 2004.

- MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 40 (4), p. 424-438, 2000.
- MARSDEN, T.; FLYNN, A.; HARRISON, M. *Consuming Interests: the Social Provision of Foods*. London: UCL Press, 2000.
- MARSDEN, T.; SMITH, E. Ecological Entrepreneurship: Sustainable Development in Local Communities through Quality Food Production and Local Branding. *Geoforum*, 36 (4), p. 440-451, 2005.
- MICHELETTI, M. *Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism and Collective Action*. London: Palgrave, 2003.
- MIELE, M.; MURDOCH, J. The Practical Aesthetics of Traditional Cuisines: Slow Food in Tuscany. *Sociologia Ruralis*, 42 (2), p. 312-328, 2002.
- MILLER, D. Consumption as the Vanguard of History: A Polemic by Way of an Introduction. In: MILLER, D. (Ed.). *Acknowledging Consumption: a Review of New Studies*. London: Routledge, 1995.
- MOLLARD, A.; HIRCZAK, M.; MOALLA, M.; PECQUEUR, B.; RAMBONILAZA, M.; VOLLET, D. *From the Basket of Goods to a More General Model of Territorialized Complex Goods: Concepts, Analysis Grid and Questions*. *Canadian Journal of Regional Science*, v. 31, n. 2, p. 241-259, 2008.
- MORAN, W. The Wine Appellation as Territory in France and California. *Annals of the Association of American Geographers*, 83 (4), p. 694-717, 1993.
- MORGAN, K. *Greening the Realm: Sustainable Food Chains and the Public Plate*. Trabalho não publicado, 2007.
- MORGAN, K.; MARSDEN, T.; MURDOCH, J. *Worlds of Food: Place, Power and Provenance in the Food Chain*. Oxford: Oxford University Press, 2006.
- MORGAN, K.; SONNINO, R. *The School Food Revolution: Public Food and the Challenge of Sustainable Development*. London: Earthscan, 2008.
- MORRIS, C.; YOUNG, C. "Seed to Shelf", "Teat to Table", "Barley to Beer" and "Womb to Tomb": Discourses of Food Quality and Quality Assurance Schemes in the UK. *Journal of Rural Studies*, 16, p. 103-115, 2000.
- MURDOCH, J.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Quality, Nature and Embeddedness: Some Theoretical Considerations in the Context of the Food Sector. *Economic Geography*, 76, p. 107-125, 2000.
- MURDOCH, J.; MIELE, M. "Back to Nature": Changing "Worlds of Production" in the Food Sector. *Sociologia Ruralis*, 39 (4), p. 465-483, 1999.
- MURDOCH, J.; MIELE, M. A New Aesthetic of Food? Relational Reflexivity in the Alternative Food Movement. In: HARVEY, M.; McMEEKIN, A.; WARDE, A. (Ed.). *Qualities of Food*. Manchester: University of Manchester Press, 2004a.
- MURDOCH, J.; MIELE, M. Culinary Networks and Cultural Connections: a Conventions Perspective. In: HUGHES, A.; REIMER, S. (Ed.). *Geographies of Commodity Chains*. London: Routledge, 2004b.
- NEEDHAM, C. *Citizen-Consumers: New Labour's Marketplace Democracy*. London: Catalyst, 2003.
- PARROTT, N.; WILSON, N.; MURDOCH, J. Spatializing Quality: Regional Protection and the Alternative Geography of Food. *European Urban and Regional Studies*, 9 (3), p. 241-261, 2002.

- PLOEG, J. van der. *Labor, Markets and Agricultural Production*. Boulder: Westview Press, 1990.
- PLOEG, J. van der. Rural Sociology and the New Agrarian Question: a Perspective from the Netherlands. *Sociologia Ruralis*, 32 (2), p. 240-260, 1993.
- PLOEG, J. van der. *The Virtual Farmer: Past, Present and Future of the Dutch Peasantry*. Assen: Royal Van Gorcum, 2003.
- PLOEG, J. van der; RENTING, H.; BRUNORI, G.; KNICKEL, K.; MANNION, J.; MARSDEN, T.; DE ROEST, K.; SEVILLA-GUZMAN, E.; VENTURA, F. Rural Development: From Practices and Policies towards Theory. *Sociologia Ruralis*, 40 (4), p. 391-408, 2000.
- POPKE, J. Geography and Ethics: Everyday Mediations Through Care and Consumption. *Progress in Human Geography*, 30 (4), p. 504-512, 2006.
- POTTER, C.; BURNEY, J. Agricultural Multifunctionality in the WTO: Legitimate Non-trade Concern or Disguised Protection? *Journal of Rural Studies*, 18, p. 35-47, 2002.
- POTTER, C.; TILZEY, M. Agricultural Multifunctionality, Environmental Sustainability and the WTO: Resistance or Accommodation to the Neo-liberal Project for Agriculture? *Geoforum*, 38, p. 1290-1303, 2007.
- POTTER, C.; TILZEY, M. Agricultural Policy Discourses in the European Post-Fordist Transition: Neoliberalism, Neomercantilism and Multifunctionality. *Progress in Human Geography*, 29 (5), p. 581-600, 2005.
- RAY, C. The EU LEADER Programme: Rural Development “Laboratory”. *Sociologia Ruralis*, 40 (2), p. 163-171, 2000.
- SLOCUM, R. Anti-racist Practice and the Work of Community Food Organizations. *Antipode*, 38, p. 327-349, 2006.
- SLOCUM, R. Whiteness, Space and Alternative Food Practice. *Geoforum*, 38 (3), p. 520-533, 2007.
- SOPER, K. Rethinking the “Good Life”: The Consumer as Citizen, Capitalism, Nature, Socialism, 15 (3), p. 111-116, 2004.
- SOPER, K.; THOMAS, L. “*Alternative Hedonism*” and the Critique of “*Consumerism*”. ESRC/AHRC Cultures of Consumption Research Programme. Working Paper No. 31, 2006.
- STORPER, M. *The Regional World: Territorial Development in a Global Economy*. New York and London: Guilford Press, 1999.
- SUSTAINABLE DEVELOPMENT COMMISSION. *Green, Healthy and Fair: A Review of Government’s Role in Supporting Sustainable Supermarket Food*. Sustainable Development Commission, UK, 2008.
- SZASZ, A. *Shopping Our Way to Safety*. How We Changed from Protecting the Environment to Protecting Ourselves. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2007.
- TIME OUT. *Eating and Drinking*, 2005. London: Time Out Group Limited, 2004.
- TREGEAR, A. From Stilton to Vimto: Using Food to Re-think Typical Products in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 43 (2), p. 91-100, 2003.
- TREGEAR, A. *Origins of Taste: Marketing and Consumption of Regional Foods in the UK*. Documento apresentado no ESRC Seminar on Global Consumption in a Global Context, University of Cardiff, 29 November, 2005.

VALCESCHINI, E. et al. *Agriculture and Quality in 2015: The Outlook Based on Four Case-studies*. Texto inédito. Working Group on Alternative food Networks, COST A12, Rural Innovation, Brussels, 2002.

WARD, N.; McNICHOLAS, K. Reconfiguring Rural Development in the UK: Objective 5b and the New Rural Governance. *Journal of Rural Studies*, 14 (1), p. 27-39, 1998.

WILKINSON, J. A New Paradigm for Economic Analysis? Recent Convergences in French Social Science and an Exploration of the Convention Theory Approach, with a Consideration of its Applicability to the Analysis of the Agro-food System. *Economy and Society*, 26 (3), p. 305-339, 1997.

As cadeias curtas de abastecimento na inovação dos Grupos de Aquisições Solidárias (GAS): a construção social das práticas (alimentares) sustentáveis¹

Adanella Rossi
Gianluca Brunori

Introdução

No debate mais amplo sobre transição para modelos mais sustentáveis, o desenvolvimento de redes alimentares alternativas (RAAs) ao longo das últimas duas décadas é reconhecido como um significativo processo de inovação do sistema agroalimentar. As novas relações sociais desenvolvidas dentro dessas redes, que conectam produtores e consumidores de forma mais complexa do que simplesmente através de relações econômicas, estão se mostrando capazes de promover importantes processos de mudança em torno das práticas alimentares. Entre essas iniciativas, aquelas promovidas pelos consumidores revelam-se particularmente interessantes, por seu potencial para

¹ Tradução de Regina Beatriz A. Vargas e Revisão Técnica de Marcio Gazolla.

criarem formas inovadoras de pensar e agir em relação aos alimentos, remodelando abordagens e práticas da produção ao consumo.

Na base dessas iniciativas, que se configuram, na prática, como experiências de inovação social (Knickel et al., 2009; Proost et al., 2009; Howaldt e Schwarz, 2010; Murray et al., 2010; Neumeier, 2012), estão uma necessidade e uma busca compartilhadas de alternativas à hegemonia cultural e material dominante no sistema alimentar. Para isso, os sistemas de produção e consumo são “reconstruídos” em todas as suas dimensões, tangíveis e intangíveis, com referência a uma base distinta de significados socialmente atribuídos aos alimentos. Longe de serem uma forma de reflexividade individualmente experienciada, essas iniciativas revelam-se expressão de uma nova cidadania alimentar (Wilkins, 2005) altamente integrada a uma dimensão social. Esta cidadania pode dar origem a práticas avançadas de gestão do abastecimento alimentar (que vão muito além de meras trocas econômicas), como também, em um número crescente de casos, levar essa reflexividade partilhada a gerar outros tipos de experiências de consumo, bem como outras formas de participação cívica e de ativismo político.

A análise da formação, das características e do potencial dessa cidadania alimentar, através do exame dos processos sociais que, no interior dessas redes, conduzem a mudanças significativas nas atitudes e práticas relacionadas aos alimentos, revela-se extremamente relevante. Com esse objetivo, focalizamos a experiência dos Grupos de Aquisições Solidárias (GAS), talvez a mais importante entre todas as iniciativas que se estão difundindo na Itália.

Nossa análise fundamenta-se no pressuposto de que os processos sociais ocorridos no âmbito dessas experiências coletivas são fundamentais para as mudanças que os atores individuais devem enfrentar e, portanto, também para o maior potencial transformador dessas iniciativas. Nossa abordagem analítica funda-se na convicção de que a adoção de práticas alimentares sustentáveis é uma expressão de mudanças complexas que extrapolam a dimensão individual, afetando todo o contexto social, cultural, tecnológico, econômico e institucional, a partir do qual são condicionadas, de diversas maneiras, as escolhas individuais (Brunori et al., 2008; Brunori et al., 2012).

A seguir, são expostos: o quadro conceitual e analítico do estudo, a organização da pesquisa de campo, a análise dos aspectos considerados significativos (processos de aprendizagem social, características e papel dos espaços sociais em que ocorrem tais processos), e algumas reflexões sobre os resultados da análise.

Quadro conceitual e analítico

A construção social das práticas alimentares sustentáveis

Há um amplo consenso em torno da ideia de que a transição dos comportamentos de consumo para modelos sustentáveis consiste em um fenômeno cultural e social, que implica complexas relações socioculturais e socioeconômicas. Como interpreta Röpke (1999), as práticas de consumo estão sempre integradas a um contexto socio-técnico. As escolhas individuais são efetivamente moldadas pelas estruturas sociais e

respectivas convenções, pelos modelos culturais dominantes, contexto institucional, infraestrutura, tecnologia e mercados em que vivem os consumidores, contextos esses que se desenvolvem em estreita interconexão. Diante disso, fica também evidente o quanto complexa será uma mudança nos padrões de consumo, numa sociedade fortemente marcada pela perda de importância da dimensão social tradicional da tomada de decisão, e por sua substituição por condicionantes tanto materiais quanto intangíveis originados pelo sistema sociotécnico dominante, sensível principalmente à lógica econômica (Röpke, 1999; Jackson, 2002). Além disso, as escolhas dos consumidores são influenciadas por fatores específicos (conhecimentos, valores, preconceitos) que são derivados das diferentes redes sociais a que pertencem em seus mundos da vida. É no interior dessa infraestrutura social e técnica que se desenvolve um complexo processo de definição de necessidades e prioridades.

De acordo com este ponto de vista, o desenvolvimento de novos comportamentos em relação ao consumo e a práticas coerentes não pode ser explicado com base apenas nas experiências individuais de consumo reflexivo, mas deve ser interpretado como parte de um processo mais amplo de inovação social, no qual as mudanças em comportamentos e práticas são geradas no âmbito de processos coletivos de aprendizagem e ação colaborativa em torno de objetivos partilhados (Knickel et al., 2009; Proost et al., 2009; Howaldt e Schwarz, 2010; Murray et al., 2010; Neumeier, 2012). A adoção dessa perspectiva permite superar os limites da abordagem individualista e determinista do comportamento de consumo que concebe os consumidores como tomadores de decisão racionais, capazes, quando submetidos a estímulos e condições apropriados (informação, educação, disponibilidade de bens), de desenvolverem novos comportamentos e motivações e traduzi-los em ação (Moisander, 2000). Essa é a abordagem da narrativa neoliberal da soberania do consumidor e das respectivas estratégias para promover o consumo sustentável – uma abordagem fortemente criticada (Dolan, 2002; Sassatelli, 2006; Guthman, 2008). Em lugar disso, é evidente a necessidade de uma abordagem capaz de captar plenamente a complexidade das mudanças necessárias para integrar os princípios éticos à vida cotidiana, tendo em conta a intrínseca dimensão social da mudança em padrões de consumo. A soberania do consumidor vem, portanto, a ser redefinida e reforçada: assume uma dimensão social, em relação tanto aos mecanismos e processos que lhe estão subjacentes, fortemente dependentes das interações sociais, quanto aos fins a que ela se propõe, em uma perspectiva que vê o interesse individual reformulado para abranger um horizonte social mais amplo.

Assim, essa perspectiva permite também enfrentar a ambiguidade do conceito híbrido de consumidor-cidadão, o qual busca reconciliar o interesse individual com a responsabilidade coletiva para com o bem comum (Beck, 1992; Moisander, 2000; Johnston, 2008). De fato, observa-se a transição de um estado de consumidor reflexivo àquele do consumidor-cidadão coerente e ativo, que insere um senso compartilhado de responsabilidade e engajamento cívico nas práticas de consumo cotidianas (Shove, 2004; Wilkins, 2005; Micheletti, 2009). Subjacente a essa reintegração entre escolhas individuais e cidadania, está uma redefinição socializada do conceito de utilidade e dos compromissos associados às práticas de alimentação, com relação a um novo

conjunto de valores, necessidades e prioridades, ao qual o cidadão-consumidor adere no âmbito das novas e mais extensas redes de relacionamentos.

A crescente reflexividade observada recentemente na sociedade, como uma resposta a uma maior consciência sobre a insustentabilidade do sistema dominante, tem favorecido o surgimento de subculturas e de iniciativas de base popular (*community action, grassroots innovations*), nas quais estes caminhos de inovação social têm conseguido desenvolver-se (Michaelis, 2000; Seyfang e Smith, 2006; 2007). Muitas das redes alimentares alternativas são uma expressão desse compromisso coletivo com a reconstrução das infraestruturas social e técnico-econômica que sustentam as atitudes e práticas relacionadas à produção e ao consumo de alimentos.

Nessa perspectiva ressocializada, encontram-se possibilidades reais de superar até mesmo a tradicional divisão entre o *status* de “produtor” e aquele de “consumidor” provocada pelos processos de desenvolvimento econômico (Goodman e Dupuis, 2002; Jaffe; Gertler, 2006). No âmbito das novas redes de relações construídas em torno de comportamentos alternativos relativos a práticas alimentares, os consumidores têm a oportunidade de participar ativamente na construção e gestão de novos sistemas de abastecimento e também na reorganização dos sistemas de produção, em todas as suas dimensões tangíveis e intangíveis.

É a condição de “coprodução” (no sentido de cogestão) que caracteriza muitas iniciativas de redes cívicas atinentes a alimentos (Rossi e Brunori, 2010; Brunori et al., 2011; 2012; Renting et al., 2012). Essa estreita relação entre consumidores e produtores, que se desenvolve em torno de visões e objetivos compartilhados, parece abrir caminho para um outro conceito importante – aquele de um *status* único de “cidadão do alimento”, coerente, aliás, com o de cidadania alimentar socialmente construída que fundamenta nossa abordagem. Ambos expressam o papel desempenhado pela dimensão social dos processos envolvidos na mudança das práticas alimentares.

Esta visão dos processos de mudança nas práticas relativas aos alimentos levou à busca de subsídios nas teorias da inovação e, em particular, nas teorias da transição (Rip e Kemp, 1998; Geels, 2004; Geels e Schot, 2007) e da gestão da transição (Kemp e Loorbach, 2006; Schot e Geels, 2008) que começaram a ser proveitosamente aplicadas também à análise dos processos de inovação das práticas alimentares promovidas por redes alternativas (Wiskerke; Ploeg, 2004; Seyfang; Smith, 2006; Knickel et al., 2009). Esta interpretação é particularmente eficaz ao analisar-se a complexidade desses processos e de seu potencial “papel transformador” (isto é, sua capacidade de contribuir para mudanças sociais mais amplas) e as condições que possam facilitar sua expressão.

Análise da mudança das práticas (alimentares)

Como afirmamos antes, a transição para práticas alimentares sustentáveis extrapola a vontade individual de comportar-se de forma coerente. Mudar comportamento de consumo requer espaços relacionais diversos, nos quais a interação e os processos de aprendizagem coletiva dão sustentação às escolhas alternativas individuais.

Ao desenvolverem novos esquemas cognitivos e normativos socialmente reconhecidos, isto é, novas formas de classificar as informações e traduzi-las em conheci-

mento e novos valores e hierarquias de valores atribuídos às práticas, os consumidores têm acesso a novos modos de aprendizagem que lhes permitem utilizar recursos diversos daqueles dos modos convencionais. Um processo de aprendizagem capaz de induzir mudanças assim profundas revela um grande potencial para apoiar processos de capacitação e de inovação social. Ademais, quando esse processo de aprendizagem envolve os comportamentos relacionados aos alimentos, ele se torna particularmente eficaz, uma vez que o alimento constitui um elemento central na vida das pessoas e se conecta a uma série de outros âmbitos fundamentais e potencialmente problemáticos (saúde, meio ambiente, justiça social, cultura) (McMichael, 2000). As mudanças neste campo da vida humana mostram-se de fato capazes de favorecer mudanças de comportamento em direção a outros modos de consumo e, de maneira mais geral, a outra visão de mundo e outro estilo de vida (Sassatelli, 2004).

A aprendizagem opera em diversos níveis. Através dos processos de socialização, desenvolvem-se novos conhecimentos e sistemas de preferência, novos sistemas de avaliação e satisfação das necessidades e, com isso, novos discursos e narrativas. Esses últimos desempenham um papel importante na socialização, contribuindo para os processos de formação de identidade e de compartilhamento do novo sistema de valores e de símbolos, oferecendo novos mecanismos para as tomadas de decisão e tornando as mudanças de comportamento psicologicamente acessíveis (Dennett, 1993; Jackson e Michaelis, 2003). Da perspectiva do consumo, é evidente a importância desse desafio ao discurso dominante e suas respectivas narrativas, para os cidadãos e cidadãs que perderam todo o contato com o mundo da produção e cresceram inseridos na cultura industrial de alimentos (Jaffe e Gertler, 2006; Goodman e DuPuis, 2002).

Nos processos de *social reframing* (Benford e Snow, 2000), a redefinição do sistema de necessidades na base do consumo é um importante ponto de reflexão. A literatura sobre desenvolvimento sustentável tem gerado um amplo debate sobre a relação entre necessidades e desejos, necessidades básicas e supérfluas, necessidades absolutas e relativas, sistemas de valores concorrentes, necessidades e direitos etc. (Uusitalo, 1990; Reisch e Røpke, 2004; Michaelis, 2000). Uma transição para a sustentabilidade baseia-se, em primeiro lugar, numa avaliação diferente das necessidades, através de uma perspectiva normativa adequada. Como afirmamos antes, a redefinição coletiva de códigos e normas e o reconhecimento comum de princípios e prioridades sustentam este processo individual (Brunori et al., 2012). Este processo é significativo no que diz respeito à redefinição da soberania do consumidor: constitui uma reformulação da utilidade individual, que ajuda a reinterpretar o interesse privado através das lentes do bem comum.

Para que se tenha em conta o papel das estruturas sociais na condução do processo de mudança, a redefinição de necessidades requer uma análise ainda mais aprofundada, considerando-se todos os tipos de necessidades envolvidas nas várias dimensões da existência humana. Com relação a isso, constituem problemas bem conhecidos as relações de consumo associadas à busca da autoidentidade no contexto da individualização em modelos de consumo nos quais há declínio dos laços sociais tradicionais que desempenham esse papel (Røpke, 1999; Jackson, 2002). Maslow (1954) já havia descrito a existência de diferentes tipos de necessidades, cuja satisfação

se dá de forma progressiva: para além das necessidades básicas, há necessidades de pertencimento, autoestima e autorrealização. Embora a hierarquia das necessidades tenha recebido muitas críticas, reconhece-se a forte influência exercida pelas motivações psicológicas e sociais sobre o comportamento do consumidor em geral e dentro das próprias experiências alternativas promovidas a partir das bases (Seyfang, 2006). As novas culturas críticas do consumo colocam muita ênfase sobre as formas de satisfação pessoal proporcionadas pelo consumo em relação a uma visão alternativa da qualidade de vida (Soper et al., 2009; Sassatelli, 2009).

A importância da dimensão social expressa-se, também, para além do próprio consumo. Nessa perspectiva, a “abordagem das necessidades humanas” (Briceno e Stagl, 2006) e a respectiva atenção às várias dimensões existenciais revelam-se úteis. Fazendo uso do conceito de *satisfier* (instrumento de satisfação) (Doyal e Gough, 1991) e, em especial, da matriz de necessidades desenvolvida por Max-Neef (1991; 1992), Briceno e Stagl (2006) destacam o papel das diferentes categorias de necessidades (fisiológicas, sociais e/ou psicológicas) e como elas podem ser atendidas por diferentes tipos de *satisfiers*, em relação à cultura ou ao contexto social: “No atual sistema econômico, tem havido [...] uma privação de muitas necessidades não-materiais; a satisfação das quais parece ser buscada, cada vez mais, através do consumo material” (p. 1543 e ss.). Além disso, os padrões de consumo dominantes, caracterizados por “uma crescente passividade dos consumidores, não consideram seu papel de envolvimento direto na obtenção de satisfação. [...] O envolvimento e o engajamento direto dos consumidores na produção de bens e serviços podem proporcionar satisfação direta das necessidades não materiais, tais como as de participação, autonomia e criatividade”.

A evidência mostra, também, a presença de sinergias na satisfação das necessidades intangíveis: “a melhoria das relações sociais e da vida comunitária pode satisfazer diretamente muitas necessidades sociais e indiretamente possibilitar a satisfação de outras necessidades psicológicas”. Do mesmo modo, Zwick et al. (2008, p. 185, apud Schermer, 2011) sustentam que “o envolvimento ideológico dos consumidores em relações de coprodução vem a satisfazer suas necessidades de reconhecimento, liberdade e autonomia”. Com relação a isso, Schermer usa o termo *prosumer* para indicar a participação ativa dos consumidores na produção de alimentos como escolha deliberada de aumentar a sua autonomia.

Todos estes elementos são fatores adicionais significativos na redefinição da utilidade do consumidor no interior do espaço relacional reconstruído. Como apontam Little et al. (2010), a compreensão deste espaço social é parte integrante da análise dessas iniciativas.

Além disso, as relações interpessoais facilitam a superação das restrições materiais e intangíveis que condicionam o comportamento dos indivíduos nas rotinas cotidianas, as quais eles precisam enfrentar ao buscar agir de forma coerente com seus próprios valores. É evidente que mesmo a remoção das barreiras estruturais à mudança, através da organização de infraestruturas de abastecimento alternativas, requer um esforço coletivo voltado ao enfrentamento de todos os aspectos práticos e intangíveis. Igualmente importante é o apoio aos ajustes que precisam ser feitos em nível doméstico, nas práticas individuais de consumo (Brunori et al., 2012). A

necessidade dos cidadãos de recuperarem a autonomia, em comparação ao *status* de “consumidores” passivos e sem grande capacidade para o qual eles foram empurrados durante o desenvolvimento do sistema agroalimentar, é bem conhecida na literatura (Jaffe; Gertler, 2006) e crescentemente reconhecida como um passo crucial para a mudança dos hábitos alimentares. Este é um processo que o consumidor não pode realizar por si só.

Análise da experiência dos consumidores dos GAS

Nossa análise refere-se à experiência de cidadãos-consumidores, já reflexivos em certa medida, que se uniram a uma iniciativa coletiva de abastecimento alternativo – os Grupos de Aquisições Solidárias - GAS –, na qual envolvem-se em um complexo processo de mudanças de atitudes e práticas. Buscamos examinar as dinâmicas sociais subjacentes a tal processo que ocorre nesses espaços relacionais específicos. A análise dos processos de aprendizagem desenvolvidos, em conjunto com a avaliação do papel mais complexo desempenhado pelas relações interpessoais, permite compreender os mecanismos através dos quais os membros individuais dos GAS se submetem a processos profundos de mudança de práticas de consumo, e o desenvolvimento mais geral de um sentido de responsabilidade e compromisso com as questões de sustentabilidade.

Os Grupos de Aquisições Solidárias

Os GAS² são grupos auto-organizados de consumidores que adquirem produtos em conjunto através de uma relação direta com os produtores. Nesses grupos, todas as interações e atividades são inspiradas por princípios éticos compartilhados (sustentabilidade, equidade, mutualismo). O conceito fundamental é o da “solidariedade”, que se expressa no respeito ao ser humano (direitos do trabalho, justiça social) e ao meio ambiente, no apoio às atividades econômicas mais precárias, na colaboração social³ (Brunori et al., 2008; Rossi e Brunori, 2010; Brunori et al., 2011; 2012).

A razão de sua ação é, a princípio, um desejo de alimentos de qualidade, acessíveis em termos de disponibilidade e de valor econômico, mas há também um sentimento de insatisfação e de desconfiança em relação ao sistema de produção-distribuição convencional e um conseqüente desejo mais profundo de recuperar a autonomia

² Na maior parte dos casos, os grupos GAS são informais, o que torna difícil quantificar seu número. No *site* criado pela rede de Coordenação Nacional (www.retegas.org), em meados de 2012 estavam registrados cerca de 950 grupos, mas a coordenação da rede estima que o número seria muito maior, mais do que o dobro desse. O primeiro GAS surgiu em 1994, seguido por outros grupos nos anos seguintes, mas sua verdadeira explosão ocorreu, de fato, na segunda metade da década de 2000. Além do forte incremento numérico, há também uma tendência de crescimento no tamanho desses grupos, com alguns deles excedendo o tamanho médio de 30-50 membros, alcançando ou ultrapassando uma centena de membros.

³ Cada grupo desenvolve seus princípios éticos orientadores de forma independente; de um modo geral, a referência comum ainda é representada pelos princípios contidos no Documento Base, a carta de princípios redigida em 1999 pelo primeiro grupo de Rede Nacional (www.retegas.org).

e o controle sobre as próprias escolhas de consumo. Há uma necessidade sentida de coerência entre valores e comportamentos; um desejo de “repersonalização” e “ressocialização” do ato de consumo (sentir-se pessoa, não só compradora-consumidora, viver uma dimensão de comunidade que compartilha necessidades e critérios); há, em muitos casos, uma necessidade (inconsciente) de formas acessíveis de participação política (Rossi, 2012).

Na reorganização de regras, modelos organizacionais e infraestrutura material em torno do suprimento de alimentos, ocorre uma intensa interação na busca de soluções para as necessidades e ajustes necessários, sejam eles nas relações com os produtores ou no nível das práticas de consumo individuais. Tal interação incentiva o desenvolvimento de soluções técnicas e organizacionais, mas também estimula a produção de novos conhecimentos e de senso crítico. Em um processo de enriquecimento mútuo, essa interação é geralmente acompanhada do fortalecimento do peso das relações interpessoais e do sentido de comunidade.

Com o tempo, muitos grupos têm ampliado sua abordagem alternativa para a compra coletiva de outros bens e serviços (roupas, detergentes, energia, telefonia, seguros, bancários), bem como têm aplicado seus princípios orientadores do consumo a outras iniciativas de mobilização social.

A dimensão social da mudança das práticas de consumo

O estudo (ver, nas notas, aspectos metodológicos)⁴ examinou a dinâmica interna desses espaços relacionais específicos, com foco nos processos de aprendizagem coletiva que ocorrem dentro deles, no desenvolvimento do capital social e no papel das dinâmicas sociais e psicológicas produzidas no âmbito das relações interpessoais.

⁴ A análise baseia-se em dados empíricos coletados em Toscana, uma região do centro da Itália, caracterizada por uma forte presença do movimento dos Grupos de Aquisições Solidárias (em meados de 2012, estimava-se a existência de cerca de 200 grupos, mais do que 10% do número total de GAS na Itália). A pesquisa foi baseada em diferentes métodos:

- observação contínua de iniciativas específicas, através da participação em atividades sociais de dois GAS (Pisa) e análise de seu fluxo de comunicação nas listas de e-mail;
- uma pesquisa qualitativa entre os membros de oito GAS (nas províncias de Massa-Carrara, Pisa e Lucca); os entrevistados participavam do GAS por períodos entre 4 e 10 anos;
- participação em reuniões específicas (reuniões de grupos de trabalho em nível local, regional e nacional) e em eventos públicos (como as reuniões anuais da rede nacional de GAS, ou iniciativas de integração regional e local).

A observação participante das atividades do GAS possibilitou-nos uma compreensão geral das dinâmicas sociais que caracterizam esses grupos: sua vida social, a qualidade das relações interpessoais, os processos de interação, os recursos trocados, o senso de comunidade. No nível do movimento de GAS, mostrou-se valiosa para captar as tendências mais amplas que caracterizam essa experiência. As entrevistas ajudaram a aprofundar a compreensão das atitudes dos membros individuais, sua experiência prática na adoção de novos modelos de abastecimento alimentar, sua crescente reflexividade, a experiência pessoal de pertencer ao grupo. Isso com o objetivo de avaliar o apoio do grupo na superação das dificuldades técnicas e organizacionais, no fortalecimento das convicções e das motivações da escolha e no apoio ao desenvolvimento de um senso mais amplo de cidadania.

Como já mencionado, os GAS representam contextos de inovação social, nos quais cidadãos-consumidores, na busca de um comportamento mais coerente com seus próprios princípios, redefinem e reorganizam inteiramente as práticas de compra e consumo, através da ação coletiva. Na linguagem da teoria da transição, esses grupos reconfiguram o “sistema sociotécnico” (Rip e Kemp, 1998), definindo novas abordagens, conjuntos de normas, modelos organizacionais e artefatos. Na verdade, eles reconstróem, de maneira socializada, a infraestrutura material e as bases intangíveis que condicionam as práticas de consumo no nível individual. Igualmente importante é a forma como esse aumento da consciência, aceitação da responsabilidade e mobilização ativa em torno dos alimentos (que identificamos como uma forma de cidadania alimentar socialmente construída) pode favorecer o desenvolvimento da consciência política e de outras formas de participação cívica em torno de questões de sustentabilidade.

Desempenham um papel fundamental no desencadeamento e no apoio a tais processos, as diversas ocasiões de aprendizagem coletiva ocorridas no âmbito desses novos contextos relacionais, aos quais essas experiências dão vida, e do respectivo capital social que neles se desenvolve. Através de um trabalho de discussão e negociações, paralelamente à solução das questões técnicas e organizacionais, desenvolvem-se conhecimentos e novos códigos normativos, criando as condições para a mudança de comportamentos e das práticas de consumo em nível individual, assim como para o aprimoramento do senso crítico e da capacidade de iniciativa.

Identificaram-se várias esferas de aprendizagem social, através das quais os atores fazem frente aos obstáculos que se colocam à adoção de práticas alimentares sustentáveis, e desenvolvem a consciência para novas formas de cidadania. Tais esferas estão estreitamente interconectadas.

Uma primeira esfera relevante é a que conduz à consolidação e à partilha de um outro modo de conceber a produção e o consumo de alimentos. Fundamental nesta dimensão de aprendizagem (que denominamos *cognitivo-normativa*) é a reconstrução dos esquemas cognitivos e normativos que subjazem à criação de uma nova base de conhecimentos e critérios éticos, os quais, reformulados de modo socializado, servem de suporte à ação coletiva e às mudanças em nível individual. O compartilhamento desses novos esquemas permite aos atores alinharem-se em torno de novas representações e novos sistemas de necessidades e, sobre essa base, fortalecerem as motivações comuns e construirão coerência nas escolhas individuais e coletivas. Através desses processos, os consumidores aprendem e compartilham novas regras de consumo (por exemplo, respeitar a sazonalidade da produção, descobrindo a variedade de produtos e sabores), adquirem consciência dos “significados” dos alimentos que consomem e refletem sobre as implicações éticas de seus hábitos alimentares (por exemplo, dieta vegetariana ou vegana, dignidade do trabalho que está incorporado aos produtos), resolvem os dilemas que ainda enfrentam ao experimentar as novas formas de consumo (por exemplo, menor preço *versus* qualidade, facilidade de uso *vs.*

saúde, liberdade de escolha e conveniência *vs.* ética, gosto por sabores artificiais *vs.* naturais) (Brunori et al., 2012).

Paralelamente à anterior, desenvolve-se uma outra dimensão de aprendizagem, de conteúdo mais *técnico* e *organizacional*, através da qual a consciência e a motivação comuns traduzem-se nas infraestruturas material e intangível em que se baseiam as práticas de abastecimento e consumo alternativas. Para tanto, são adquiridos e socializados conhecimento e habilidades adicionais, que são utilizados tanto na esfera da ação comum como na esfera individual. São esses os processos que permitem lidar com todos os aspectos práticos e organizacionais relacionados com: a) o abastecimento como GAS (p.ex. (re) aquisição de conhecimentos sobre a produção agrícola, busca de produtos através do estabelecimento de contato com os agricultores, negociação das condições da relação estabelecida com esses – quantidade e qualidade, preço, condições de pagamento e de entrega –, organização e gestão do fornecimento e distribuição, gestão de questões fiscais); b) a reorganização dos hábitos em âmbito familiar (p.ex. (re) aquisição de conhecimentos necessários para a conservação e uso dos produtos, reorganização das rotinas e papéis na gestão da provisão e do preparo dos produtos). O confronto com essas questões práticas fornece uma base experiencial essencial para alimentar os processos de aprendizagem da dimensão cognitivo-normativa, permitindo o aprimoramento e a consolidação progressivos de uma base comum de conhecimentos e de prioridades, de critérios de seleção e avaliação. Essa base é essencial para a definição e a reprodução das novas práticas de consumo, tanto em nível coletivo como no individual, bem como para o avanço na experimentação de caminhos alternativos (é aqui que se criam as condições para o estabelecimento de formas avançadas de relacionamento entre produtores e os consumidores, as quais se traduzem, na prática, em novas soluções e novos projetos no âmbito da relação de solidariedade).

Essa experiência coletiva de reorganização no plano mental e naquele operativo pode favorecer uma outra esfera de elaboração, de natureza mais *teórico-ideológica*, de aplicação mais ampla dos novos códigos culturais e normativos elaborados. Nessa esfera, os atores passam à reconstrução socializada da própria “visão de mundo”, avançando na conscientização e na mudança de comportamento, bem como na capacidade de agir e criar novas formas de cidadania que vão além das próprias práticas alimentares e do próprio consumo, abrindo-se para questões mais gerais relacionadas ao estilo de vida, às formas de convivência social e aos modelos de desenvolvimento econômico. Isso demonstra que os alimentos atuam como “porta de entrada” para mudanças mais amplas nos comportamentos e práticas (Sassatelli, 2004). Nessa fase, é ainda mais importante a influência recebida pelos atores individuais de outras redes a que pertencem; tais estímulos são socializados e ajudam a criar novos processos de aprendizagem coletiva.

Essas diversas dimensões de aprendizagem são parte de um processo complexo. Elas são totalmente integradas e os processos ativados avançam paralelamente (em uma interação contínua entre aquisições em termos de consciência e motivação e sua tradução em novas práticas e artefatos); são de natureza iterativa (os processos reiniciam a cada vez que se cria necessidade), mas beneficiam-se também da gradual acumulação de conhecimento, em níveis individual e coletivo (o que vem a constituir

um patrimônio de conhecimento disponível para todos e possibilita avançar no grau de aprendizagem)⁵.

A estrutura social da mudança

A presença de novos âmbitos de interação desempenha um papel crucial no processo de mudança. Como mencionado, eles são os lugares onde os processos de aprendizagem acontecem, onde se desenvolve o capital social, instrumental para o apoio aos próprios processos, e que, por sua vez, é alimentado pelos mesmos; e onde, em uma redescoberta dimensão social, a capacidade de satisfazer necessidades de caráter social e psicológico favorece a mudança das práticas.

Os lugares da aprendizagem social

Nos GAS, os processos de aprendizagem ocorrem por meio da interação social entre pessoas e com outras redes. Em tais interações, mundos sociais diversos se encontram e, portanto, confrontam-se uma diversidade de conhecimentos, formas de ver e necessidades. Foram identificadas várias esferas de interação, nas quais ocorrem tais processos de aprendizagem (Fig.1):

- a) o ambiente doméstico;
- b) as relações entre os membros do GAS;
- c) a relação entre consumidores membros do GAS e produtores;
- d) as relações do GAS com outros GAS e com outras organizações.

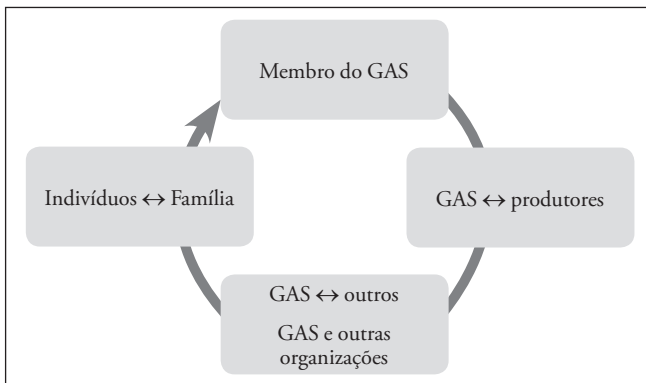


Figura 1. Os espaços de interação na experiência dos GAS

⁵ A possibilidade de acumular conhecimento é um aspecto central que permite compreender a interação entre a “aprendizagem transformadora”, capaz de promover mudanças radicais nos modos de pensar, através da criação de novos esquemas mentais, e a “aprendizagem incremental”, que permite aquisições de menor alcance sobre novos caminhos de inovação (Knickel et al., 2009).

a) A interação no ambiente doméstico

O ambiente doméstico é um espaço relacional importante, no qual os consumidores individuais socializam suas aspirações e opções de mudança. Nesse espaço, já está evidenciado o encontro entre diferentes mundos sociais (gerações, sexos, pertencimento a redes específicas – de amizade, profissional, etc.), cujo resultado pode variar. Pode ser um espaço de atitudes compartilhadas e, assim, de fortalecimento das convicções e motivações, ou um espaço de divergência ou mesmo de conflito, que exige um esforço cotidiano de negociação.

Além disso, os ajustes das rotinas relativas à provisão e ao consumo implicam o desenvolvimento de novos conhecimentos e competências, bem como uma reorganização dos tempos e papéis em torno do abastecimento (planejar a dieta e as respectivas compras, cuidar das encomendas e dos pagamentos, buscar os produtos) e ao manejo dos alimentos (conservação e preparo). Depois, há a necessidade de justificar esses ajustes com base nos novos valores e novas convicções éticas.

b) A interação entre os membros do grupo

Os GAS são ambientes sociais muito diversificados, nos quais cada membro porta seus próprios recursos⁶. Conhecimentos, habilidades, contatos, tempo, trabalho manual e organizacional são acumulados e mobilizados para um projeto comum. Isso, juntamente com o alinhamento em torno de modos de pensar, motivações e objetivos compartilhados, cria as condições para o início da ação coletiva e, no âmbito dessa, para a produção e a reprodução das novas práticas sociais.

Essas interações interpessoais constituem a base primeira da construção e funcionamento desse sistema alternativo de abastecimento, fundado na gestão coletiva das relações com os produtores e de todas as demais atividades sociais dos Grupos. Há, ainda, nesse caso, a necessidade de novos conhecimentos com relação aos produtos e processos produtivos, mas também a necessidade de desenvolver habilidades sociais para gerenciar as interações dentro do grupo, cruciais para os processos de tomada de decisão compartilhada. Da mesma forma, as interações dentro dos grupos são importantes também para superar as dificuldades práticas que esta mudança de abordagem e hábitos implica em nível individual.

Mas este âmbito de interação resulta crucial, sobretudo, para os processos de aprendizagem subjacentes à criação de novos comportamentos e convicções, cujos resultados são: o fortalecimento da identidade, a criação e compartilhamento de conhecimentos e de princípios, a redefinição das necessidades; o desenvolvimento do capital social e comunitário (senso de comunidade, ética coletiva, senso de responsabilidade e de solidariedade, ampliação da cidadania); a socialização e o desenvolvimento das relações para além das trocas econômicas

⁶ A interação é apoiada por várias estruturas de comunicação: desde as interações diretas durante as diversas atividades sociais (reuniões regulares, dias da entrega, iniciativas especiais), até a interação através da Internet (que, como em outros movimentos sociais, expande muito as possibilidades estabelecer relações e interagir).

(satisfação das necessidades fora do mercado, por exemplo, através das práticas de escambo ou de doação); desenvolvimento de engajamento cívico e de consciência política.

Como se verá adiante, a evidência empírica mostra claramente que esse “espaço social reconstruído” é capaz de responder a uma necessidade mais ampla de sociabilidade, enquanto espaço em que as pessoas podem recuperar uma dimensão social do consumo (particularmente significativo para os alimentos) e, de modo mais geral, da vida, e no qual podem satisfazer necessidades de amizade, afetividade, cooperação, sentido de comunidade, quebra do isolamento, inclusão social. Essa dimensão contribui para criarem-se condições favoráveis para a construção de capital social, importante plataforma para os processos de aprendizagem e de mobilização social.

c) A interação entre os Grupos e os produtores

O terceiro espaço relacional desenvolve-se através de relações com os vários produtores. Cada um deles tem uma história pessoal para contar e é, portanto, uma fonte de conhecimento e de novas inspirações. Além disso, cada produtor está, em geral, vinculado a outros GAS e outras redes, o que amplia as possibilidades de novas informações e de troca de experiências.

No âmbito desse espaço, as necessidades específicas deste novo sistema de produção-consumo podem encontrar soluções adequadas: o estabelecimento e a gestão dos aspectos organizacionais e, em paralelo, a definição e compartilhamento de outros aspectos específicos, essenciais na qualificação deste sistema, tais como: a qualidade específica do alimento (orgânica/agroecológica, “biodiversa”, local, tradicional, sazonal, ética), a dimensão econômica da relação (preço “justo”, formas de pagamento, forma de partilha do risco econômico e dos encargos financeiros), a qualidade da relação (conhecimento direto, respeito, reciprocidade, solidariedade). Este é o significado do termo “coprodução” (ou, em inglês, *co-producership*), como já mencionado, palavra-chave na narrativa dessas redes para indicar a abordagem diferente da relação entre produção e consumo e seus processos, traduzida em modelos técnicos e organizacionais alternativos (Brunori et al., 2011).

Por trás desses processos de codefinição, há processos (às vezes laboriosos e sinuosos) de coaprendizagem, por meio dos quais desenvolvem-se conhecimentos e bases de valores comuns, que são então aplicados no estabelecimento e consolidação de novas práticas, e podem, ainda, permitir avanços relativos a inovação. Foi desse modo que se criaram as experiências mais avançadas de gestão das relações entre GAS e agricultores: o apoio aos produtores em dificuldades financeiras; projetos especiais vinculados a objetivos específicos de proteção da biodiversidade ou da terra; formas locais de coordenação entre GAS e agricultores para gerenciar melhor a convergência entre demanda e oferta de produtos; ações de apoio à conversão para a agricultura orgânica; evolução dos GAS (ou de parte deles) para o modelo de Agricultura de Base Comunitária (*Community Supported Agriculture*).

d) A interação entre os Grupos e os outros movimentos

O quarto espaço relacional é construído em torno da interação com outras redes: outros GAS presentes no território, mercados camponeses locais ou experiências de Agricultura de base Comunitária (AC), organizações locais da sociedade civil envolvidas na promoção de modelos econômicos alternativos (como os Distritos de Economia Solidária) ou, de modo mais amplo, outros agentes locais interessados em práticas alimentares ou modelos de desenvolvimento territorial sustentáveis⁷. Cada vez mais, observam-se, também, relações com as redes de GAS regionais e nacionais e com outras organizações envolvidas com economia solidária.

As relações que se desenvolvem nesse contexto interorganizacional e as oportunidades resultantes das mesmas estão se revelando muito importantes em termos dos processos de aprendizagem e de inovação. É no âmbito dessas relações que emergem formas avançadas de cooperação na gestão das práticas de abastecimento, fundamentais para alcançarem-se melhores níveis de eficiência (especialmente em pedidos complexos, como no caso de produtos provenientes de lugares distantes, por não estarem disponíveis no local) ou para otimizar relações com os agricultores em nível local. Tais relações estão possivelmente também na base: do desenvolvimento de outras formas de cidadania alimentar, ou, de forma geral, de outras formas de consumo ético; da capacidade de disseminar seus próprios valores e objetivos (para comunidades locais, governos); do desenvolvimento de engajamento cívico e de consciência política, contribuindo para a produção de outras formas de mobilização social, no território ou em escala mais ampla⁸. Mais do que em outros espaços, as relações estabelecidas com outros tipos de organizações apresentam um grande potencial, ampliando as oportunidades de integrar diferentes áreas de conhecimento e ação.

A reconstrução das estruturas sociais

Conforme já se afirmou, a dimensão social da aprendizagem e, com essa, a da inovação estão intimamente ligadas à formação gradual do capital social. Sua presen-

⁷ Grupos ambientalistas ou de comércio justo, movimentos sociais, comitês de cidadãos, organizações do terceiro setor, associações culturais, governos locais, escolas e serviços de atenção à saúde, institutos de pesquisa, agências de capacitação, técnicos.

⁸ Muitas das experiências inovadoras em que os GAS têm estado envolvidos de modo crescente têm origem nesses processos: o apoio a iniciativas de resistência a processos de expansão urbana; iniciativas de solidariedade em situações de emergência social/humanitários (eg. imigrantes, minorias étnicas, catástrofes naturais); adesão às iniciativas contra a ilegalidade e a exploração do trabalho na agricultura; iniciativas autônomas de animação cultural ou de formação sobre questões consideradas importantes para uma mudança de mentalidade e de práticas; colaboração com outros GAS ou com redes de GAS para estabelecer/gerenciar relações com a administração pública ou grandes empresas (p.ex., provisão de serviços em larga escala, tais como telefonia, energia, seguros, finanças); promoção e criação de redes locais de economia solidária, o que por vezes chegaram a estruturar-se no Distritos de Economia Solidária; mobilização, em conjunto com os movimentos sociais locais e não-locais, em apoio de campanhas políticas específicas (p.ex., campanhas contra a privatização de patrimônio público, como a água, ou contra políticas internacionais, como o *Transatlantic Trade and Investment Partnership* (TTIP)).

ça, em suas várias expressões de confiança, reciprocidade, espírito de colaboração e capacidade de ação coletiva, cria um ambiente propício à interação e, através dessa, ao desenvolvimento de, e adesão solidária a, novos comportamentos e novas práticas. A existência de um ambiente de aprendizagem não competitivo, baseado no intercâmbio informal e entre pares de conhecimentos e experiências, revela-se altamente eficaz (Knickel et al., 2009; Proost et al., 2009). Esses processos, por sua vez, contribuem para o crescimento e o fortalecimento do capital social, em um círculo virtuoso entre os processos de aprendizagem (e nesses o crescimento da consciência e da capacidade individuais) e as dimensões e a qualidade do capital social.

Paralelamente à formação do capital social, a reconstrução das estruturas sociais oferece uma oportunidade para outras formas de interação, das quais podem resultar outros benefícios igualmente importantes no apoio à mudança de atitudes e comportamentos. Esta dimensão social é importante para a formação de crenças, mas também para sua tradução em comportamentos, atuando sobre alguns dos determinantes individuais e situacionais do comportamento dos consumidores identificados por Jager (2000). Neles, compartilhar as mesmas práticas e conversar sobre elas ajuda a fortalecer a identidade comum de consumidores-cidadãos, reforçar as motivações individuais e apoiar comportamentos coerentes. É um espaço em que é possível e fácil o intercâmbio de ideias, aspirações, necessidades; um espaço onde o questionamento do modo dominante de pensar e agir é incentivado ao invés de ser impedido ou tornado excêntrico. Tudo isso está evidentemente vinculado aos processos de aprendizagem que os indivíduos conduzem coletivamente. Somam-se a isso, no entanto, outros aspectos importantes, tais como o sentimento comum de agir de modo justo (Moisander, 2000), a percepção da importância da escolha, o senso de “eficácia” da ação individual (Vermeir e Verbeke, 2006) (não se sentir só a travar uma batalha quase impossível).

Esta é também a dimensão em que as “necessidades humanas não materiais” são satisfeitas por elementos também não materiais. A evidência empírica mostra que muitos dos fatores sociais e psicológicos que influenciam o comportamento individual encontram expressão neste contexto relacional, vindo a satisfazer outras necessidades não diretamente relacionadas ao consumo de bens. Isso ocorre tanto nas fases iniciais do processo, como também durante o seu desenvolvimento, simultaneamente ao progressivo engajamento nas várias atividades coletivas. Encontra-se, aqui, satisfação para necessidades específicas associadas ao prazer do envolvimento direto nas atividades de produção e fornecimento, ou outras, como desejo de participação, liberdade de escolha, possibilidade de expressão e criatividade (atribuíveis, em seu conjunto, à necessidade de “agência”). Em termos sociais, os benefícios são aqueles derivados dos próprios componentes do capital social, que atuam sobre a esfera do bem-estar individual, recriando o contexto da integração em redes sociais (“inserção social”) efetivamente fracassado em nosso modelo de desenvolvimento socioeconômico. Evidencia-se, aqui, a entrada em jogo da possibilidade, nessas iniciativas coletivas, da produção e usufruto de bens relacionais (Uhlener, 1989; Gui, 2000), os quais também se tornam objetos de procura ativa por parte das pessoas que se aproximam e tomam parte nessas experiências coletivas de mudança.

O que indicam essas cadeias curtas inovadoras?

A experiência dos GAS expressa plenamente a relevância do desenvolvimento das cadeias curtas de abastecimento. Eles configuram-se, de fato, como verdadeiros espaços de inovação social, áreas de experimentação de novas soluções para os problemas de produção e consumo emergentes na sociedade, de construção social de uma cultura alimentar alternativa e de suas respectivas práticas. A experiência de fazer parte de um GAS confere aos consumidores individuais a oportunidade de participarem de um processo de mudança radical de atitude relativa ao consumo e, ao mesmo tempo, a possibilidade de concretizarem padrões de consumo sustentáveis em suas vidas cotidianas. A intensidade desses processos é, naturalmente, diversa em relação ao grau de reflexividade, individual e coletiva, mas, em seu conjunto, os Grupos de Aquisições Solidárias mostram um significativo potencial de transformação.

Esta experiência é, portanto, primeiramente, expressão de uma necessidade social de modelos sustentáveis de produção e consumo; mas é, também, expressão da vontade de uma parcela da sociedade civil de construir um sistema radicalmente diferente, remodelando-o a partir de outra concepção de alimento e das práticas relacionadas a ele. Com referência às teorias da transição, descrevemos os GAS como “nichos de inovação”, nos quais novos sistemas sociotécnicos são construídos coletivamente em torno de novos significados atribuídos aos alimentos (e, de forma mais geral, aos bens). Isso representa um avanço no papel do consumidor, em direção a uma expressão de “agência” mais significativa, que vai muito além do exercício da liberdade de escolha (implícito no conceito de consumo crítico) e abre espaço para um papel mais ativo da sociedade civil na definição das próprias necessidades e modos de satisfazê-las. Na lógica de uma “democracia alimentar”, segundo a qual os cidadãos têm o direito e o dever de participarem na definição das regras de produção e consumo de alimentos (Lang, 1999; Welsh e MacRae, 1998; Hassanein, 2003), este é um indicativo importante a ser considerado.

Ao mesmo tempo, esta experiência de cadeia curta de abastecimento também mostra claramente a complexidade dos processos envolvidos na ativação dos modelos inovadores. A análise dessa realidade revela a natureza complexa e integrada dos processos pelos quais se constroem novas práticas de abastecimento alimentar. No âmbito desses processos, a partir de uma reorganização de todo o sistema de relações, regras e artefatos, a reconstrução social de novos sistemas de conhecimento e de normas desempenha um papel central. Este processo de “reformulação”, de definição de novos códigos culturais e normativos no âmbito de estruturas sociais adequadas, representa o verdadeiro potencial transformador dessas experiências. Os novos padrões [culturais e normativos] são subjacentes ao desenvolvimento de novos discursos e de uma nova narrativa, importantes para questionar o discurso dominante e para apoiar a definição de um novo conjunto de prioridades e objetivos para o comportamento individual (identidade renovada, desenvolvimento de senso crítico e de compromisso moral) (Brunori et al., 2012). São, também, a base da ação coletiva e do estabelecimento de novas soluções técnicas e organizacionais voltadas a traduzir em prática a nova atitude mental. Na base dos processos de mudança capazes de impactar de forma substancial

os processos econômicos, há, portanto, em primeiro lugar, um processo de mudança cultural baseado em processos de coaprendizagem.

Nessa experiência, manifesta-se com especial intensidade a dimensão social da mudança nas práticas alimentares. Junto com o novo papel do consumidor como “cidadão” ativamente engajado na redefinição e satisfação de suas necessidades, essa confere novo significado e força ao controverso conceito de “soberania do consumidor”. Os mundos da vida dos consumidores e a potencial cidadania parecem encontrar aqui novas formas de conciliação, como esferas que experimentam o mesmo processo de mudança. Como a evidência empírica tem demonstrado, o crescimento de uma cidadania socialmente compartilhada está na base de uma mudança profunda do comportamento individual e de sua capacidade de abarcar uma perspectiva comunitária. A nova relação estabelecida entre produção e consumo, inspirada em significados, visões e objetivos compartilhados, incentiva, então, a mirar adiante, para um conceito mais geral de “cidadão do alimento”, que conjuga o papel do consumidor com o de produtor, a esfera social com a econômica, superando assim dicotomias bem conhecidas (Hinrichs, 2000; DeLind, 2002; Tregear, 2011).

O potencial dessa experiência particular de cadeia curta de abastecimento já foi captado pelos movimentos sociais e organizações envolvidas em questões de sustentabilidade, os quais, cada vez mais, veem os Grupos de Aquisições Solidárias como um espaço promissor de produção de engajamento cívico e de participação política das comunidades locais. Na verdade, eles se mostram capazes de servir de ponte entre diferentes mundos sociais – aquele dos movimentos engajados em amplas campanhas de sensibilização da opinião pública e de luta política (em torno das grandes questões de soberania alimentar, alterações climáticas, justiça social, defesa dos bens comuns etc.), e aquele da sociedade civil, em nível local, que necessita de espaços relacionais onde possa reconstruir e fortalecer a identidade, encontrar formas acessíveis de traduzir os valores e convicções em comportamentos coerentes e de desenvolver uma cidadania ativa. Compartilhar esse caminho com o mundo da produção confere mais força ao papel transformador dessa forma de cadeia curta, possibilitando-lhe ir muito além de um modelo inovador de intercâmbio econômico, para representar uma experiência de práticas de produção-consumo cujos valores (que incluem o valor econômico) são moldados a partir das necessidades da sociedade e do meio ambiente.

Sob uma perspectiva ampliada de transição para sistemas alimentares mais sustentáveis, tudo isso tem implicações óbvias em termos de pesquisa e de ação política, confirmando a importância de adotar, por um lado, ferramentas analíticas e teóricas adequadas à compreensão do potencial e dos rumos, e por outro, políticas e ferramentas adequadas para apoiar e dar destaque a essa capacidade de mobilização social. O que revela a importância de reconsiderar, na construção de modelos sustentáveis de produção-consumo, a relação entre responsabilidade privada e responsabilidade pública (Jacobsen e Delsrud, 2007).

A propósito, é evidente a necessidade de removerem-se as barreiras de natureza normativa, institucional e política que se colocam a uma mudança mais ampla das práticas, como também se destaca a importância de escolhas coerentes na política local. Isso, por sua vez, recorda a relevância da presença de modelos de governança

adequados, em diferentes escalas, que permitam a essas instâncias e potencialidades de mudança emergirem e serem implementadas. Mostra-se igualmente crucial a presença de condições favoráveis para os processos de mudança no plano cultural. Com relação à necessidade de processos de *awareness raising* (sensibilização) e de *capacity building* (capacitação), destaca-se o papel desempenhado pelas estruturas sociais e a existência/formação de capital social, espaço essencial para os processos de aprendizagem e de experimentação. Compreender esses aspectos é fundamental para a adoção de uma abordagem efetivamente diferente do processo de transição para modelos sustentáveis, que tomam como referência a dimensão social, tanto em seus componentes de necessidades, quanto nos de seu potencial.

Referências

- BECK, U. *Risk Society: Towards a New Modernity* (Tradução do alemão Risikogesellschaft publicado em 1986). New Delhi: Sage, 1992.
- BENFORD, R. D.; SNOW, D. A. Framing processes and social movements: an overview and assessment, *Annual Review of Sociology*, 26, 2000.
- BRICENO T.; STAGL, S. The role of social processes for sustainable consumption. *Journal of Cleaner Production*, 14, 2006.
- BRUNORI G. et al. Consumatori consapevoli e sviluppo sostenibile: riflessioni sul cibo, *Sociologia Urbana e Rurale*, 87, 2008.
- BRUNORI G.; ROSSI, A.; GUIDI, F. On the new social relations around and beyond food. Analysing consumers' role and action in Gruppi di Acquisto Solidale (Solidarity Purchasing Groups). *Sociologia Ruralis.*, 52(1), p. 1-30, 2012.
- BRUNORI G.; ROSSI, A.; MALANDRIN, V. Co-producing transition: Innovation processes in farms adhering to solidarity-based purchase groups (GAS) in Tuscany, Italy. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food* 18(1), p. 28-53, 2011.
- DeLIND, L. B. Place, work, and civic agriculture: Common fields for cultivation, *Agriculture and Human Values*, v. 19 (3), p. 217-224, 2002.
- DENNET, D. *Consciousness Explained*. London: Penguin, 1993.
- DOLAN, P. The sustainability of "Sustainable Consumption". *Journal of Macromarketing*, 22, 170, 2002.
- DOYAL, L.; GOUGH, I. *A theory of human need*. New York: Guilford Press, 1991.
- GEELS, F.W. From sectoral system of innovation to socio-technical systems. Insights about dynamics and change from sociology and institutional theory. *Research Policy* 33, p. 897-920, 2004.
- GEELS, F.W.; SCHOT, J. Typology of sociotechnical transition pathways. *Research Policy*, 36(3), p. 399-417, 2007.
- GOODMAN, D.; DuPUI, M. E. Knowing food and growing food: beyond the production-consumption debate in the sociology of agriculture. *Sociologia Ruralis*, 42, p. 6-23, 2002.
- GUI, B. Beyond transactions: on the interpersonal dimension of economic reality. *Annals of Public and Cooperative Economics*, (71)2, p. 139-169, 2000.

- GUTHMAN, J. Neoliberalism and the making of food politics in California. *Geoforum*, 39, p. 1171-1183, 2008.
- HASSANEIN, N. Practising food democracy: a pragmatic politics of transformation, *Journal of Rural Studies*, 19(1), p. 77-86, 2003.
- HINRICHS, C. Embeddedness and local food systems: notes of two types of direct agricultural Market. *Journal of Rural Studies*, 16, p. 295-303, 2000.
- HOWALDT, J.; SCHWARZ, M. *Social Innovation: Concepts, Research Fields and International Trends*, Dortmund: Sozialforschungstelle Dortmund, 2010.
- JACKSON, T. Evolutionary Psychology and Ecological Economics – consilience, consumption and contentment. *Ecological Economics* 41(2), p. 289-303, 2002.
- JACKSON, T.; MICHAELIS, L. *Policies for Sustainable Consumption*. London: Sustainable Development Commission, 2003.
- JACOBSEN, E.; DELSRUD, A. Will consumer save the world? The framing of Political Consumerism. *Journal of Agriculture and Environmental Ethics*, 20 (5), p. 469-482, 2007.
- JAFFE, J.A.; GERTLER, M. Victual vicissitudes: Consumer deskilling and the (gendered) transformation of food systems. *Agriculture and Human Values*, 23, 2006.
- JAGER, W. *Modelling Consumer Behaviour*, University of Groningen, Groningen, p. 240, 2000.
- JOHNSTON, J. The citizen-consumer hybrid: ideological tensions and the case of Whole Foods Market. *Theory and Society*, 37 (3), 2008.
- KEMP, R.; LOORBACH, D. Transition management: a reflexive governance approach. In: VOSS, J.; KEMP, R.; BAUKNECHT, D. (Ed.). *Reflexive governance for sustainable development*. Northampton: Edward Elgar, 2006.
- KNICKEL, K. et al. Towards a better conceptual framework for innovation processes in agriculture and rural development: from linear models to systemic approaches. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 15(2), p. 131-146, 2009.
- LANG, T. Food policy for the 21st century. In: KOC, M. et al. (Ed.). *For Hunger-proof Cities: Sustainable Urban Food Systems*. Ottawa: International Development Research Centre, 1999.
- LITTLE, R.; MAYE, D.; ILBERY, B. Collective purchase: moving local and organic foods beyond the niche market, *Environment and Planning A*, 42, p. 1797-1813, 2010.
- MARSDEN, T.; SMITH, E. Ecological entrepreneurship: sustainable development in local communities through quality food production and local branding. *Geoforum*. 36 (2005) 440-451.
- MELUCCI, A. *L'invenzione del presente*. Bologna: Il Mulino, 1982.
- MASLOW, A. *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row, 1954.
- MAX-NEEF, M. *Human-Scale Development - conception, application and further reflection*. London: Apex Press, 1991.
- MAX-NEEF, M. Development and human needs. In: EKINS, P.; MAX-NEEF, M. (Ed.). *Real-life economics: understanding wealth creation*. London and New York: Routledge, 1992.
- McMICHAEL, P. The power of food. *Agriculture and Human Values*, 17, p. 21-33, 2000.
- MICHAELIS, L. *Sustainable Consumption: a research agenda*. Commission on Sustainable Consumption. Oxford: Oxford, 2000.

- MICHELETTI, M. La svolta dei consumatori nella responsabilità politica e nella cittadinanza. *Partecipazione e conflitto*, 3, 2009.
- MOISANDER, J. Group Identity, Personal Ethics and Sustainable Development. Suggesting New Directions For Social Marketing Research. In: JOCHEM, E. et al. (Ed.). *Society, Behaviour, and Climate Change Mitigation*. [s/l]: [s/n]: 2000.
- MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. *The open book of social innovation*. London: Nesta, 2010.
- NEUMEIER, S. Why do social innovations in rural development matter and should they be considered more seriously in rural development research? – Proposal for a stronger focus on social innovations in rural development research. *Sociologia Ruralis*, 52(1), p. 48-69, 2012.
- PROOST, J. et al. Knowledge and social capital. In: KNICKEL, K.; TISENKOPFS, T.; PETER, S. (Ed.). *Innovation processes in agriculture and rural development*. Results of a cross-national analysis of the situation in seven countries, research gaps and recommendations. [s/l]: [s/n], 2009
- REISCH, L.A.; RØPKE, I. *The Ecological Economics of Consumption*. Cheltenham: E. Elgar, 2004.
- RENTING, H.; SCHERMER, M.; ROSSI, A. Building Food Democracy: Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 19 (3), 2012.
- RIP, A.; KEMP, R. Technological change. In: RAYNER, S.; MALONE, E. (Ed.). *Human choices and climate change*, vol. 2. Columbus: Batelle, 1998.
- RØPKE, I. The Dynamics of Willingness to Consume. *Ecological Economics*, 28(3), 1999.
- ROSSI, A. L'innovazione sociale della filiera corta. In: GIARÈ, F.; GIUCA, S. (Ed.). *Agricoltori e filiera corta*. Profili giuridici e dinamiche socio-economiche. INEA, 2012.
- ROSSI A.; BRUNORI G. Drivers of transformation in the agro-food system. GAS as co-production of Alternative Food Networks. In: DARNHOFER, I.; GRÖTZER, M. (Ed.). Building sustainable rural futures. The added value of systems approaches in times of change and uncertainty. *Atti del 9° European IFSA Symposium*, 4-7 Luglio 2010, Vienna, Universität für Bodenkultur, Vienna, p. 1913-1931, 2010.
- SASSATELLI, R. The political morality of food: discourses, contestation and alternative consumption. In: HARVEY, M.; McMEEKIN, A.; WARDE, A. (Ed.). *Qualities of food*. Manchester: Manchester University Press, 2004.
- SASSATELLI, R. Virtue, responsibility and consumer choice: framing critical consumerism. In: BREWER, J.; TRENTMANN, F. (Ed.). *Consuming cultures, global perspectives: historical trajectories, transnational exchanges*. Oxford: Berg Publishers, 2006.
- SASSATELLI R. Consumership. (De-)costruire il consumatore-cittadino. *Partecipazione e conflitto*, 3, 2009.
- SCHERMER, M. *Consumer Engagement in the Food Chain: of Pro-Sumers, Co-Sumers and No-Sumers*. Paper presented at the XXIV ESRS Congress 22-25 August 2011, Chania, Greece.
- SCHOT, J.; GEELS, F.W. Strategic niche management and sustainable innovation journeys: theory, findings, research agenda, and policy. *Technology, Analysis and Strategic Management*, 20, p. 537-554, 2008.
- SEYFANG, G. Ecological citizenship and sustainable consumption: Examining local organic food networks. *Journal of Rural Studies*, 22, p. 383-395, 2006.

- SEYFANG, G.; SMITH, A. *Community action: A neglected site of innovation for sustainable development?* CSERGE Working Paper, EDM 06-10, p.1-5, 2006.
- SEYFANG, G.; SMITH, A. Grassroots innovations for sustainable development: towards a new research and policy agenda. *Environmental Politics*, 16, p. 584-603, 2007.
- SHOVE, E. Changing human behaviour and lifestyle: a challenge for sustainable consumption. In: REISCH, L.; RÖPKE, I. (Ed.). *The Ecological Economics of Consumption*. Cheltenham: Edward Elgar, 2004.
- SOPER, K.; RYLE, M.; THOMAS, L. (Ed.). *The Politics and Pleasure of Consuming Differently*. New York: Palgrave Macmillan, 2009.
- TREGGEAR, A. Progressing knowledge in alternative and local food networks: Critical reflections and a research agenda. *Journal of Rural Studies*, 27 (4), p. 419-430, 2011.
- UHLANER, C. J. 'Relational goods' and participation: incorporating sociability into a theory of rational action. *Public choice*, 62, p. 253-285, 1989.
- UUSITALO, L. Consumer preferences for environmental quality and other social goals. *Journal of Consumer Policy*, 13 (3), p. 231-251, 1990.
- VERMEIR, I.; VERBEKE, W. Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer "Attitude – Behavioral Intention" Gap, *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, v. 19 (2), p. 169–194, 2006.
- WELSH, J.; MacRAE, R. Food citizenship and community food security. *Canadian Journal of Development Studies*, 19, p. 237-255, 1998.
- WILKINS, J. Eating right here: moving from consumer to food citizen. *Agriculture and Human Values*, 22(3), p. 269-273, 2005.
- WISKERKE J. S. C.; PLOEG J. D van der. *Seeds of transition: essays on novelty production, niches and regimes in agriculture*. Assen: Royal Van Gorcum, 2004.

Além da linha divisória: repensando relações entre redes alimentares alternativas e convencionais na Europa¹

Roberta Sonnino
Terry Marsden

Introdução: redes agroalimentares alternativas como questão de pesquisa

Proliferaram-se, nos últimos anos, os estudos de caso sobre o desenvolvimento de redes agroalimentares “alternativas”. Essas redes emergentes, definidas de diversas formas e de modo impreciso em termos de “qualidade”, “transparência” e “localidade”, estão (de forma um tanto polêmica) sinalizando um afastamento do setor de alimentação industrializado e convencional em direção a um regime alimentar e agrícola realocado.²

¹ Tradução de Regina Beatriz A. Vargas e Revisão Técnica de Sergio Schneider.

² *Relocalizar* neste texto tem o sentido de trazer de volta para o local, em contraposição à tendência de globalização/universalização da produção e consumo de alimentos (N.T.)

Alguns estudiosos do tema afirmam que essa mudança tem facilitando o surgimento de um novo paradigma de desenvolvimento rural, de base mais territorial, na Europa ocidental (Ploeg et al., 2000; Renting et al., 2003). Uma série de estudos de caso destaca o potencial dos novos circuitos alimentares para revitalizar áreas rurais. Knickel e Renting (2000), por exemplo, examinam os impactos do estabelecimento – por agricultores locais – de uma nova granja leiteira e uma nova linha de produtos lácteos orgânicos na área de Rhön, na Alemanha. Enfatizam, em especial, a promoção da imagem da região, facilitada pela granja Rhöngold através da criação de um vínculo com as demandas da sociedade, como recreação, produtos frescos de alta qualidade e um ambiente natural preservado, que atraiu turistas e negócios. Assim, uma estratégia de inovação concebida para criar mercados alternativos para agricultores locais trouxe também, em última análise, benefícios econômicos para a região como um todo. Da mesma forma, de Roest e Menghi (2000) demonstram que o sistema de produção associado ao queijo Parmigiano Reggiano, na Itália, é, em si, um exemplo de desenvolvimento rural, por suas contribuições para o emprego e para a perpetuação das técnicas de produção artesanais, ambientalmente benéficas e intensivas em trabalho.

Outros pesquisadores, no entanto, são mais cautelosos ao propor uma conexão entre redes alimentares alternativas e o surgimento de um novo paradigma de desenvolvimento rural. Winter (2003a, p. 31), por exemplo, afirma que a virada para o localismo como um primeiro passo em direção a uma economia alimentar e agrícola alternativa é uma questão ainda em aberto. Da mesma forma, Goodman (2004, p. 9) chama a atenção para a necessidade de uma “avaliação mais realista” do modelo de valor agregado territorial, para que se possa afirmar que as estratégias alimentares alternativas estão, de fato, mitigando velhos problemas rurais como a pobreza, desigualdade e exclusão social.

Diante da escassez de dados empíricos de alcance e qualidade suficientes e do estágio de desenvolvimento relativamente precoce de muitas das práticas alimentares alternativas, ainda é muito difícil avaliar a viabilidade e eficiência das redes alimentares alternativas na concretização dos objetivos da agricultura sustentável e do desenvolvimento rural (Marsden, 2004, p. 131). No entanto, muito pode ser feito para melhorar nossa compreensão de seu potencial para ajudar produtores a apropriarem-se de uma maior proporção do valor agregado e aproximar consumidores da origem dos alimentos que utilizam. Para atingir esse objetivo, pretendemos, neste artigo, analisar criticamente a rica e heterogênea dimensão empírica das redes alimentares alternativas, conforme estas se apresentam na literatura atual e, em seguida, desenvolver uma perspectiva crítica e comparativa mais ampla de sua natureza e impactos em relação a alguns debates fundamentais na “nova geografia econômica” (Clark et al., 2000; Sheppard e Barnes, 2000). Tais debates sugerem novos processos de realocação das atividades e práticas econômicas, alterações territoriais e polêmicas “batalhas” em torno de convenções.

Consideramos que este é um passo indispensável para identificar as ferramentas conceituais e metodológicas necessárias para se captar a diversidade das redes alimentares alternativas, explorar sua natureza e dinâmicas, e relacioná-las com questões mais

amplas do desenvolvimento rural. Além disso, há que atualizar esses debates com questões teóricas mais amplas da geografia econômica, tais como imersão (*embeddedness*)³, espaços econômicos alternativos (ver Lee e Wills, 1997), e a “virada relacional” (Boggs e Rantisi, 2003). O surgimento de redes agroalimentares alternativas representa uma característica distintiva, porém controversa, da nova economia rural/regional. Faz-se necessária uma perspectiva analítica mais abrangente e integrada para compreender de que modo essas redes começam a resolver o complexo “quebra-cabeças organizacional” sugerido por Storper (1997b), no âmbito do desenvolvimento local e regional.

Na primeira parte deste artigo, analisamos o surgimento de redes alimentares alternativas, tendo em conta a “crise” do setor agroalimentar convencional. Em seguida, identificamos e discutimos alguns entraves teóricos para estabelecer uma distinção nítida entre as redes alimentares convencionais e as alternativas. Cremos que tais entraves referem-se principalmente às relações, muitas vezes ambíguas e altamente competitivas, entre redes alternativas e a economia alimentar convencional, bem como às suas distintas (em geral empíricas) ênfases em noções de “qualidade” contrastantes e controversas (Harvey et al., 2004) – questão que também se coloca em debates mais amplos, relativos a “espaços econômicos alternativos” (Leysdon et al., 2003) e à integração de uma autêntica “economia solidária” (Amin et al., 2003).

Após analisar o discurso acadêmico que envolve as práticas alimentares emergentes, enfocamos o conceito de “imersão” (*embeddedness*) – que, como a literatura deixa claro, é um dos principais traços distintivos das redes agroalimentares alternativas frente às cadeias convencionais. Com base na crescente literatura sobre o significado e as implicações deste conceito no contexto da alimentação, utilizamos “imersão” como um instrumento de análise para identificar uma agenda e um marco analítico aprimorados para a investigação e conceitualização das redes alimentares alternativas. Centrando, particularmente, no novo cenário político e institucional criado na Europa pela recente reforma da Política Agrícola Comum (CAP – *Common Agricultural Policy*), enfatizamos a necessidade de situar, de forma mais eficaz, as redes alimentares alternativas em seu contexto regulatório, institucional, sociocultural e espacial.

Superando a crise: o surgimento de redes agroalimentares alternativas

A emergência das redes agroalimentares alternativas é comumente conceituada tanto por parte de produtores como de consumidores como uma “virada de qualidade” para fora do complexo agroalimentar global (Goodman, 2004). Como Harvey et al. (2004, p. 4) sintetizam, há diversas dimensões de interesse por trás dessa virada, tais como questões de segurança alimentar, a epidemia da obesidade e o valor culinário e

³ O termo inglês *embeddedness* é de difícil tradução para o português, uma vez que transmite a ideia que associa imersão, encrustamento e enraizamento em um determinado contexto. Optou-se, aqui, por utilizar alternadamente estes três termos da língua portuguesa, dependendo da ideia que *embeddedness* pudesse sugerir mais fortemente na frase em cada caso (N.T.).

estético de alimentos, bem como as externalidades sociais e ambientais associadas à cadeia alimentar convencional.

A criação de sistemas “alternativos” de abastecimento alimentar que não se encaixam no modelo de agricultura convencional equivale, fundamentalmente, a cortar o circuito da cadeia convencional, através do desenvolvimento de novas relações entre produtores e consumidores. Nesse sentido, uma característica básica das novas redes de abastecimento é a sua capacidade de ressocializar ou re-especializar os alimentos, que passam a ser definidos por sua localização (ou seja, tanto a localidade quanto a unidade rural específica onde é produzido). Ao basearem-se na imagem da propriedade rural ou da região como uma fonte de “qualidade”, as redes alimentares alternativas “relocalizam” o produto alimentar – em outras palavras, elas o vinculam mais diretamente às práticas locais de cultivo, natureza, paisagens e recursos rurais (Renting et al., 2003, p. 398).

Com o surgimento dessas redes alternativas, o setor alimentar contemporâneo se está bifurcando, cada vez mais, em duas grandes “zonas” de produção: de um lado, processos de produção padronizados e especializados, que respondem a padrões econômicos de eficiência e competitividade; de outro, processos de produção localizados e especializados, tentando trocas baseadas em características ambientais, nutricionais e de saúde (Murdoch e Miele, 1999, p. 469-470).

Na tentativa de compreender a “alternatividade” dos sistemas agroalimentares emergentes, vários estudiosos se têm centrado na tensa relação entre essas duas “zonas” de produção. Whatmore et al. (2003), por exemplo, argumentam que, contra a lógica da produção em massa de mercadorias, as redes agroalimentares alternativas redistribuem valor através da cadeia alimentar, restabelecem a “confiança” entre produtores e consumidores, e articulam novas formas de associação política e de governança do mercado. Murdoch e Miele (2004) explicam a diversidade dos critérios de qualidade no setor de alimentação alternativa, referindo-se às múltiplas facetas da crise do setor convencional. Eles argumentam, especificamente, que o *Slow Food* responde à crise de confiança no setor de alimentos, destacando o “prazer tranquilo e tangível” resultante de uma imersão na culinária local e regional. A Soil Association destaca os problemas ambientais que abundam no setor convencional, promovendo “melhores práticas orgânicas”. O Fair Trade visa reaproximar produtores e consumidores para devolver o valor agregado aos locais de produção na cadeia de abastecimento. Finalmente, em um esforço para identificar alguns aspectos comuns às cadeias curtas de abastecimento de alimentos, Marsden et al. (2000) destacam que, ao contrário das cadeias convencionais, redes agroalimentares alternativas exibem novos vínculos associativos e institucionais; envolvem empresas e atores que redefiniram suas relações com o Estado; reconfiguram as construções de valor, natureza, qualidade e região associadas à produção e oferta de alimentos; mostram ganhos positivos de valor agregado, em termos de rendimento agrícola; e revelam uma considerável diversidade nas interações associativas e interpessoais envolvidas na produção, “animação” e venda de alimentos.

Contudo, alguns estudos de caso demonstram que, por vezes, embora se possam estabelecer distinções abstratas entre os sistemas alimentares alternativo e convencional, não há uma fronteira precisa entre eles. Murdoch e Miele (1999), por exemplo,

trazem dois casos que ilustram a atual complexidade da produção de alimentos na Itália. O primeiro envolve uma grande empresa produtora de ovos que, com o tempo, passou de uma produção de ovos padronizada e genérica para uma série de novos produtos, imbuídos de atributos do tipo “natural” e de respeito ao “bem-estar animal” e voltados a grupos específicos de consumidores. O segundo caso envolve um grupo de pequenos produtores orgânicos, inseridos em um contexto de produção tradicional que, ao estabelecerem uma estrutura comercial coletiva, padronizaram parcialmente uma produção exclusivamente orgânica. Da mesma forma, Straete e Marsden (2003) analisam duas empresas de laticínios, na Noruega e no País de Gales, que, por um lado, operam na esfera agroindustrial convencional, tentando modernizar receitas tradicionais para satisfazer requisitos industriais; por outro lado, ambas enfatizam qualidades associadas a alimentos alternativos locais e processados na propriedade rural.

Tais análises empíricas demonstram que, no contexto da dinâmica evolutiva das redes agroalimentares alternativas, a usual dicotomia entre alimentos padronizados e alimentos locais não reflete inteiramente a realidade atual do setor da alimentação. Sob o ponto de vista teórico, isso depõe contra a tendência generalizada de se estabelecerem distinções inequívocas entre as redes alimentares convencionais e alternativas e recomenda a busca de novas ferramentas conceituais e metodológicas para explorar a natureza e a dinâmica do setor alternativo. A partir de uma perspectiva empírica e política, urge também desenvolver um marco teórico mais rigoroso para as redes alimentares alternativas. Um dos fatores que indiretamente contribui para ofuscar a fronteira entre as redes alimentares convencionais e alternativas é a ênfase destas últimas em atributos de “qualidade”, um conceito discutível e controverso que, como veremos, está sempre aberto à interpretação e apropriação. Morris e Young (2000) argumentam que, no setor da alimentação, a qualidade não se refere exclusivamente às propriedades do alimento em si. Também engloba o modo como essas propriedades foram alcançadas. Em suas palavras, “são esses diferentes métodos e sistemas os responsáveis por remodelar e reorganizar as redes de abastecimento alimentar, uma vez que produtores e outros atores são obrigados a modificar os métodos de produção e processamento, construir novas relações com outros atores na cadeia de suprimento e adaptarem-se a novas pressões regulatórias” (Morris e Young, 2000, p. 105). Esse processo não é, necessariamente, tranquilo ou isento de problemas. Na verdade, com frequência, diferentes atores da cadeia de suprimento, incluindo aqueles que operam no sistema convencional, disputam a legitimidade para definir a natureza específica da qualidade dos alimentos. Como acontece com qualquer conceito controverso, tais divergências não se limitam a disputas semânticas. São disputas políticas substantivas que traduzem diferentes interesses, agendas e valores. Atores poderosos na cadeia de produção-consumo de alimentos podem manipular significados, criando dificuldades para os pequenos produtores que desejam diferenciar seus produtos e garantir valor agregado (Ilbery e Kneafsey, 2000, p. 220).

A história recente da agricultura orgânica na Califórnia ilustra muito bem o processo de cooptação das práticas alimentares alternativas pelo setor convencional. Como explica Guthman (2004), a participação do agronegócio na agricultura orgânica alterou as condições em que os produtores da Califórnia operam neste setor, ao “disse-

minar a lógica da intensificação” (Guthman, 2004, p. 307). De modo mais específico, diz Guthman, as expectativas de intensificação incorporaram-se de tal modo aos valores da terra, que todos os agricultores orgânicos estão hoje sob constante pressão para adotar tecnologias ou sistemas de cultivo capazes de aumentar o valor da safra por hectare. Ao reduzir a capacidade dos agricultores de praticarem uma agricultura orgânica mais radical – ou seja, rotação de culturas de valor marginal para melhorar a fertilidade do solo e cultivo de não-comoditizadas para controle de pragas – a agroindustrialização está promovendo o que Guthman chama de “convencionalização” da agricultura orgânica. Como este estudo de caso demonstra, faz-se necessária uma melhor conceptualização das redes alimentares alternativas também para desenvolver mecanismos regulatórios adequados para sustentar essas práticas alternativas.

Conceptualizando redes alimentares alternativas: da prática à teoria

Apesar do crescente reconhecimento da necessidade de conceituar redes alimentares alternativas (ver, por exemplo, Goodman, 2003; Marsden, 2003), a literatura sobre o desenvolvimento dessas redes no âmbito da geografia e da sociologia continua fragmentada e pouco teórica. Como iremos sintetizar através de uma análise comparativa de vários estudos de caso, essa carência de teorização se deve, principalmente, à natureza altamente contextual das redes alimentares alternativas. Ao enfatizarem diferentes noções e dimensões da “qualidade”, tais redes retratam um fenômeno extremamente variado, difícil de se ser captado através do que Goodman (2003) chama de perspectivas teóricas “intermediárias” (*meso-level*). No entanto, é preciso desenvolver e aperfeiçoar tais perspectivas, tanto teoricamente (se quisermos descobrir se a realocização dos alimentos é um novo paradigma de desenvolvimento) como praticamente (se quisermos identificar que tipos de práticas institucionais e intervenções são necessários para estimular e consolidar as redes alimentares alternativas emergentes). Para atingir esse objetivo, afirmamos que é preciso colocar um maior foco na questão da “imersão” das redes alternativas de alimentos, e em sua problematização.

Conforme observamos acima, redes agroalimentares alternativas frequentemente se autodefinem e posicionam com referência a alguma noção de “qualidade”. No contexto alimentar, “qualidade” é uma ideia muito genérica que “funciona, em geral, em contraposição às orientações de baixo custo, conveniência, consistência, confiabilidade e previsibilidade do sistema alimentar industrial dominante” (Harvey et al., 2004, p. 3). Como tal, qualidade não é um conceito monolítico. Muito pelo contrário, é um conceito multidimensional que pode envolver qualquer coisa que o sistema convencional de alimentos não é: um lugar de origem identificável, rastreabilidade, atributos estéticos, valor nutricional. Após examinar a diversidade dos discursos em torno de formas alternativas de consumo, Sassatelli (2004, p. 190) conclui que “eles variam de acordo com seu alvo – seja este o consumidor individual, a comunidade ou a nossa relação com o natural – e seu caráter – subversivo, expressivo ou integrador”. Qualidade, portanto, envolve um processo social de qualificação; em outras palavras,

é “estabelecida e atribuída no processo de argumentação, surgindo, muitas vezes, de disputas” (Harvey et al., 2004, p. 17). Longe de ser inerente ao produto, a qualidade é construída e negociada. Por isso, só adquire sentido com referência ao seu contexto específico de produção-consumo (Ilbery e Kneafsey, 2000, p. 219) e reflete diferentes padrões e posições de poder econômico em cadeias alimentares específicas.

Consequentemente, em todos os níveis, diferentes redes agroalimentares alternativas são estruturadas em torno de distintas e antagônicas definições de qualidade, que refletem diferenças nos sistemas de cultivo, tradições culturais, estruturas organizacionais, percepções dos consumidores, e apoio institucional e político (Renting et al., 2003, p. 394). Esta variação tem implicações importantes para nossas tentativas de conceituar produtos alimentares alternativos. Tregear (2003), por exemplo, mostra que o conceito clássico de produtos típicos informados por convenções “romanas” baseadas em uma forte crença cultural na relação entre a origem geográfica e qualidade especial, é inadequado para classificar produtos típicos no Reino Unido. Ao traçar, ao longo do tempo, as principais influências sociais, econômicas, políticas e culturais sobre as relações entre alimentação e território no Reino Unido em termos de produção, bem como de consumo, Tregear elabora uma tipologia alternativa e um conceito ampliado de produtos típicos. Mais uma vez, esse estudo enfatiza as dificuldades implícitas na tentativa de desenvolver um marco geral e abrangente para classificar produtos alimentares alternativos. Tregear (2003, p. 103) conclui que: “se a análise se fundamentar nos contextos e convenções específicas de outro país, surge um conjunto diferente de normas e resulta um quadro mais definido e revelador dos vínculos entre alimentação e território”.

Vários estudos podem ser reunidos aqui para identificar a diversidade de atributos e critérios de qualidade existentes em diferentes países. Por exemplo, na Itália, Espanha e França, o desenvolvimento de redes alimentares alternativas está baseado, principalmente, em atividades de produção com atributos regionais e de venda direta por meio de antigas tradições (Marsden, 2004). Na verdade, esses países, juntamente com Portugal e Grécia, geraram mais de 75% dos produtos europeus registrados com denominação de origem regional. Parrott et al. (2002) explicam esse fato referindo-se à combinação de uma série de fatores culturais e estruturais que arbitram e reforçam os vínculos entre região de origem, tradição e qualidade no sul da Europa. Tais fatores incluem a predominância de pequenos agricultores familiares, com cultivos diversificados e intensivos em trabalho pelo uso de métodos tradicionais; o predomínio da tradição do “valor doméstico”, com tradições de mercado e industrial embutidas em ordens de valoração fortemente localistas; e a presença de setores de processamento de alimentos altamente fragmentados. Dentro desse contexto, os produtores “sulistas” têm, frequentemente, estado em sintonia com alimentos regionais tradicionais e típicos e, mais genericamente, com a visão de que o *terroir*, ou o contexto de produção (cultura, tradição, processo de produção, terreno, clima, cultura local), molda fortemente a qualidade do produto em si. Nesses países europeus, a legislação nacional e da União Europeia (UE) em matéria de proteção legal da produção de qualidade tem sido um estímulo institucional para a consolidação de redes alimentares alternativas.

Em contrapartida, em países como o Reino Unido, Holanda e Alemanha, o desenvolvimento de redes alimentares alternativas é, muitas vezes, baseado em definições de qualidade “modernas” e mais “comerciais”, enfatizando a sustentabilidade ambiental ou o bem-estar animal, e em formas de comercialização inovadoras (lideradas por varejistas). Nesse sentido, exemplificam a tendência geral para a “modernização ecológica” que concilia agricultura e meio ambiente de modo a seguir apoiando a produção agrícola (Evans et al., 2002). Conforme Parrott et al. (2002), em contraste com o “sul”, os países do norte da Europa compartilham fatores culturais e estruturais que tendem a se opor à construção de atributos regionais distintivos de alimentos e a qualquer associação explícita com noções espacializadas de qualidade. Tais fatores incluem a predominância de propriedades agrícolas maiores, mais intensivas em capital, economicamente eficientes, e especializadas; a presença de convenções localistas ou ecológicas incorporadas ao contexto industrial e de mercado, dentro do qual adquirem seu valor; e um setor processador mais centralizado e padronizado, dominado por fabricantes de alimentos de médio e grande porte e por varejistas.

Diferentemente do “sul”, os países do Norte da Europa desenvolveram um sistema jurídico de proteção e comercialização que envolve marcas registradas de propriedade privada e uma abordagem mais funcionalista na governança alimentar. Nesse contexto, a “qualidade” dos alimentos é determinada mais por questões de saúde pública e higiene do que por propriedades organolépticas. Assim, no “norte”, a eficiência econômica e a capacidade de resposta ao mercado, reforçadas por legislação sanitária, são consideradas os meios mais eficazes de prover alimentos de qualidade.

Em síntese, a partir desta revisão podemos observar que a investigação e o conhecimento sobre redes alimentares alternativas avançaram até certo ponto. Aquilo que se poderia chamar a primeira fase da investigação enfatizou a objetivação empírica do fenômeno e o reconhecimento e exposição de parte de sua diversidade. Essa diversidade, contudo, suscita importantes questões espaciais e analíticas sobre o grau em que as atuais análises teóricas e práticas incorporam a dinâmica evolutiva das redes alimentares alternativas em diferentes âmbitos espaciais. Além disso, esses estudos voltaram a enfatizar e questionar a natureza redefinida de espaço e território, como um ingrediente, tanto ativo quanto reativo, no desenvolvimento de redes alternativas. Um tema comum a todos é o de formular essas questões em termos de relocalização da alimentação.

Ainda assim, até o momento, não se alcançou um conhecimento sistemático e inequívoco desse processo e há o risco de que ele siga a retórica política expressa nos vários documentos de políticas dos últimos anos. No Reino Unido, por exemplo, o Relatório sobre o Futuro da Agricultura e Alimentação (conhecido como o “Curry Report”), publicado por uma comissão de política, em 2002, em uma tentativa de encontrar uma saída para a crise da febre aftosa, incentiva agricultores a desenvolverem um setor “alternativo” – ou seja, aumentar a participação de mercado de alimentos locais, localizados, regionais e orgânicos. O alimento local, em particular, é visto como “uma das maiores oportunidades para os agricultores agregarem valor e reterem uma parcela maior do valor de varejo” (Policy Commission on the Future of Farming and Food, 2002, p. 43). Na prática, contudo, o governo está fazendo muito pouco para

apoiar o setor de alimentação alternativa com – imprescindíveis – medidas inovadoras de gestão da demanda na área de compras públicas e de marketing, por exemplo. Muito ao contrário, em um esforço para “liberalizar” mais o mercado e evitar desvios dos princípios da política europeia de livre concorrência, que restringe subsídios do estado, a “Food Standards Agency” (agência governamental reguladora de produtos alimentares) está deixando praticamente intacto um sistema privado de regulamentação dos produtos alimentares implementado pelos varejistas. Com base em convenções de “qualidade” altamente restritivas (que requerem, por exemplo, a remoção de gorduras, vísceras e cortes de carne de qualidade inferior) e em planejamento, higiene e controle fiscal rigorosos, este regime regulatório “sanitário/burocrático” permite aos varejistas manter o controle sobre a cadeia alimentar (Marsden, 2004). Por outro lado, no entanto, os produtores que queiram diversificar para atender o mercado de alimentos não industrializados ainda são obrigados a seguir a lógica e os requisitos do sistema agroalimentar convencional. Exemplos como esse demonstram que há, portanto, necessidade de outro tipo de análise – especialmente a partir das perspectivas da geografia econômica e da sociologia rural – para avaliar com mais rigor e criticidade a natureza desta suposta realocização do abastecimento alimentar como uma possível elisão entre o local e o social (ver Amin et al., 2003) e como parte de um emergente e novo paradigma agroalimentar.

Compreendendo as redes alimentares alternativas: “imersão” como uma ferramenta analítica

Pode-se considerar que as noções não teorizadas de realocização – quase por definição – marginalizam os reais impactos das redes alimentares alternativas. De fato, alguns estudos recentes mostram que novas redes econômicas de base social e agregadoras de valor começam a ocupar, muitas vezes na forma de aglomerados (*clusters*), áreas significativas dos espaços e regiões rurais (Marsden e Smith, 2005). Isso cria a necessidade de se construir uma abordagem crítica mais robusta para a análise da “relocalização” – seja esta definida pelo produto alimentar, pela cadeia de suprimentos, pelos atores envolvidos ou pela concepção e tipo de comercialização dos produtos alimentares. A definição da alimentação como “local” no ponto de venda, por exemplo, não necessariamente explicita o grau em que tais produtos estão incorporados em – ou são dependentes de – redes econômicas e sociais alternativas, que se reportam a territórios ou produtores particulares. É, de fato, através dessas formas “mais profundas” de realocização que as redes emergentes tentam recapturar o espaço rural como uma força ativa e transformadora na configuração do espaço agroalimentar – e assim, potencialmente, originar um novo paradigma de desenvolvimento rural (ou seja, uma nova lógica que define a oferta de alimentos por meio de relações mais integradas).

“Localização” é, portanto, um conceito muito problemático para se definir e utilizar no contexto da alimentação. Na verdade, seu alcance e significado reais são sempre contingentes e altamente contestados. Alguns estudos de caso recentes da

América do Norte têm ilustrado as complexidades implícitas no uso de noções como “local” e “localização”. Hinrichs (2003), por exemplo, mostra que o movimento de defesa dos alimentos locais em Iowa é caracterizado por duas formas de localização: “localização defensiva”, que impõe fronteiras estritas na definição do espaço “local” e salienta sua homogeneidade em nome de algum “bem local”, e “localização receptiva à diversidade”, que incorpora o local em uma comunidade nacional ou mundial maior. Esses dois tipos de localização diferem radicalmente em sua natureza e impactos. Na verdade, enquanto a “localização defensiva” muitas vezes se define em termos de oposição patriótica a forças externas, tornando-se assim “elitista e reacionária” (Hinrichs, 2003, p. 37), a “localização receptiva à diversidade” reconhece que o conteúdo e os interesses do “local” são “relacionais e abertos à mudança” (Hinrichs, 2003, p. 37). Além de mostrar que a dicotomia globalização/localização pode provar-se enganosa, o estudo de caso de Iowa também adverte sobre a “perigosa armadilha” do local (Hinrichs, 2003, p. 44).

Allen et al. (2003) também identificam dois significados diferentes, quando não antagônicos, para “local”, em sua análise de iniciativas agroalimentares na Califórnia. Segundo esses autores, por um lado, “local” refere-se ao provisionamento regional que vincula produção e consumo a locais específicos; por outro lado, refere-se aos locais e, com base neles, à diferenciação do produto, ou seja, ao processo de atribuir a um produto características peculiares a uma região ou território, imbuindo-o, assim, de qualidades ambientais e sociais. A ampla e rápida adoção desses dois conceitos, concluem os autores, resultou em uma evidente identificação com o engajamento em atividades agroalimentares alternativas. Contudo, por trás dessa fachada, existem diferenças significativas entre os lugares específicos. Tais diferenças precisam ser identificadas e exploradas, uma vez que têm implicações para o sucesso dos objetivos comuns de sustentabilidade ambiental, viabilidade econômica e justiça social das iniciativas alimentares alternativas.

O conceito de “imersão” pode ser um dispositivo teórico muito útil para aprofundar a investigação da relação entre alimentação e território. Em termos gerais, tal noção tem sido longa e amplamente usada para enfatizar o componente social da ação econômica. Em estudos agroalimentares, “imersão” revelou-se um conceito eficaz para salientar o caráter socialmente mais arraigado das redes alimentares alternativas. Sage (2003), por exemplo, defende a tese de que o enraizamento social e as relações de “respeito mútuo” sustentam a existência de uma rede alternativa de “boa alimentação” no sudoeste da Irlanda.

No entanto, vários estudiosos alertam para limitações em estudos que utilizam a noção de imersão exclusivamente para descrever e enfatizar a dimensão social das redes alimentares alternativas. Como apontam Hinrichs (2000) e Goodman (2004), este tipo de foco pode, na verdade, reforçar uma visão muito otimista das relações econômicas locais, com base em uma oposição simplista entre “atores capitalistas globais” e seus “enraizados equivalentes locais” (Goodman, 2004, p. 5).

Acreditamos que para a imersão tornar-se, de fato, um “poderoso conceito explicativo” (Winter, 2003a, p. 24) em estudos agroalimentares, é necessário avaliar suas implicações também fora da esfera social. Como alguns pesquisadores começaram a

discutir, o conceito de integração assume um significado muito mais amplo no contexto alimentar, uma vez que abrange também as dimensões econômica, ambiental, cultural e política das redes alimentares. Murdoch et al. (2000), por exemplo, têm utilizado o conceito de imersão para descrever a inter-relação entre natureza, proveniência e qualidade, a qual diferencia alimentos locais de produtos globalizados. Mais recentemente, Kirwan (2004) adotou uma abordagem mais orientada para o ator, sugerindo que, no contexto do sistema agroalimentar, imersão pode ser utilizada de três maneiras diferentes: em primeiro lugar, para a criação de sistemas alternativos de produção e distribuição de alimentos que incorporam as questões sociais, ambientais e de saúde em matéria de produção e consumo de alimentos; segundo, para valorizar os recursos locais e obter uma vantagem comercial comparativa que permite que áreas marginais permaneçam economicamente viáveis; terceiro, a imersão pode ser apropriada por atores que operam no nível globalizado acessando nichos de mercado para maximizar seu lucro comercial.

Com base nessas interpretações mais amplas e em recentes editais de pesquisa buscando identificar “diferentes graus e classes” de imersão (Winter, 2003a, p. 24) e avaliar forças desintegradoras relevantes (Goodman, 2004, p. 10), propomos uma estratégia de investigação baseada em uma abordagem mais holística da “imersão”. Acreditamos que, para compreender como as redes alimentares alternativas são construídas, moldadas e reproduzidas ao longo do tempo e do espaço, e se esse processo contribui efetivamente para um novo paradigma de desenvolvimento rural, a análise de seu desenvolvimento deve produzir-se em dois níveis diferentes, mas fortemente inter-relacionados. O primeiro nível envolve o contexto político, institucional e regulatório em que operam as redes alimentares alternativas. O segundo envolve o contexto local/regional em que tomam forma. Schweizer (1997) ilustra bem a interligação entre estes dois níveis, afirmando que a imersão não tem apenas uma faceta “horizontal”, de interpenetração dos domínios sociais/culturais. Tem também uma faceta “vertical” traduzida pelos vínculos hierárquicos entre atores individuais e corporativos do âmbito local para o mais amplo, da sociedade, economia e estrutura política da qual faz parte. Esse contexto ampliado restringe a ação local, mas, ao proporcionar novas oportunidades, também permite manobras locais e interage com o nível local.

Recentemente, a chamada virada relacional na geografia econômica também enfatizou a necessidade de uma integração analítica de diferentes escalas. Como explicam Boggs e Rantisi (2003), a geografia econômica relacional enfatiza a agência e a análise de nível “micro”, mas não trata o local simplesmente como o lugar mais eficaz para a coordenação da atividade socioeconômica. Na verdade, ao reconhecerem que essa combinação “ocorre durante a tradução do conceito de nível intermediário (*meso-level*) de uma rede para uma escala” (Boggs e Rantisi, 2003, p. 113), os geógrafos relacionais não privilegiam uma escala *a priori*. Ao contrário, consideram as inter-relações entre diferentes escalas; ao fazê-lo, problematizam o espaço, que passa a ser visto “como uma perspectiva para a análise das relações sociais, em vez de objeto de análise” (Boggs e Rantisi, 2003, p. 114).

Para dar conta tanto da imersão horizontal quanto da vertical das redes alimentares alternativas, é preciso integrar a análise do sistema institucional e de governança

mais amplo, no qual os sistemas alimentares alternativos constroem e mantêm seu espaço (ou seja, a dimensão vertical), com a análise da capacidade de agência e das condições locais, a partir da base (ou seja, a dimensão horizontal). Embora a análise da governança dos sistemas alimentares identifique o contexto macrorregulatório em que as redes alimentares se desenvolvem e operam, a adoção de uma abordagem orientada à capacidade de agência é essencial para desvelar as práticas e estratégias locais no que diz respeito ao desenvolvimento e consolidação de redes alimentares alternativas. Novas redes econômicas de produção, processamento e comercialização sempre criam novas plataformas horizontais de ação e espaços de atuação que desenvolvem seus próprios discursos de concorrência e confiança, negociação e qualidade. A análise de tais discursos é necessária, por exemplo, para compreender as convenções dinâmicas sobre qualidade desenvolvidas pelas redes alimentares alternativas e o novo tipo de simbiose entre natureza, animais e atores em que aquelas se fundamentam.

Em uma das poucas tentativas de alcançar um conhecimento prático sobre o que confere sustentabilidade a um sistema agroalimentar, Feenstra (2002) respalda esta necessidade de uma abordagem holística, ao argumentar que o desenvolvimento de sistemas agroalimentares sustentáveis envolve uma “rede invisível” de dimensões e atividades muito diferentes. Em suas palavras, isso inclui

a formação de novas relações econômicas ou sociais locais, o conhecimento de novas formas de ver o sistema agroalimentar, a bagagem política necessária para a formação de novas políticas, o treinamento ou orientação de novos empreendedores locais, a criação de novas infraestruturas do sistema agroalimentar e um crescente corpus de pesquisa incluindo a análise e a avaliação de novas alternativas (Feenstra, 2002, p. 104).

Em termos mais gerais, a adoção de uma abordagem holística para a imersão envolve a associação de abordagens da economia política e da teoria do ator-rede, com alguma literatura associada à nova geografia econômica e regional (Storper, 1997a). Este tipo de enfoque integrado permite uma análise mais fundamentada e crítica das redes agroalimentares alternativas como “espaços de esperança” (Leyshon et al., 2003), pelos quais novas plataformas de ação horizontais são criadas a partir de sistemas locais de produção e desenvolvimento de produtos. A razão de sua introdução e subsistência reside em uma “esperança” de criar um novo e duradouro espaço de atuação no interior do sistema econômico convencional predominante. Para ser bem-sucedido, tal espaço precisa “enraizar”, de modo inovador, conjuntos de princípios organizacionais, saberes e naturezas peculiares. Assim, a imersão não é apenas uma crença no social para além do econômico. Pelo contrário, ela depende de uma incorporação e manipulação no (e do) espaço, envolvendo economia social e natureza. Além disso, nossa proposta de uma abordagem holística implica avançar um programa de pesquisa para aprofundar o exame das relações competitivas (muitas vezes, altamente dependentes) dessas redes alimentares alternativas com o setor empresarial (em particular os varejistas), e analisar mais a fundo sua região/contexto institucional, configuração social, grau de disseminação e de impacto em processos mais amplos de desenvolvimento territorial.

Dimensões fundamentais para determinar a imersão de redes agroalimentares alternativas na Europa ocidental: um programa de investigação

Para dar conta tanto da imersão vertical (ou seja, política e institucional) quanto da horizontal (ou seja, social, espacial e cultural) das redes agroalimentares alternativas na Europa ocidental, precisamos desenvolver e integrar a investigação em pelo menos três dimensões principais.

Estratégias alternativas e de oposição: questões horizontais

Primeiramente, as fronteiras às vezes indistintas entre redes agroalimentares convencionais e alternativas suscitam a necessidade analítica de “situar” as dinâmicas evolutivas dessas tendências em suas relações competitivas – e potencialmente muito dependentes – em relação ao setor convencional. Como aponta Goodman (2004), embora a crise da agricultura industrial “seja absolutamente central às teorizações e prognósticos de um novo paradigma de desenvolvimento rural Europeu”, até agora, tal crise – seus padrões sociais e espaciais e as formas pelas quais o “velho” pode moldar o “novo” – tem recebido pouca atenção analítica. Para compreender a natureza das redes agroalimentares alternativas e avaliar seu grau de imersão territorial, é necessário mais foco investigativo na mutação e na evolução destas redes no contexto do setor convencional. Em suma, redes alternativas não funcionam isoladas.

Alguns pesquisadores apontam que os benefícios acumulados a partir da alteridade das redes alimentares alternativas são suscetíveis de apropriação pelo setor convencional (Goodman, 2004; Kirwan, 2004). Sage (2003), por exemplo, associa questões de persistência e resiliência características de uma rede alimentar alternativa irlandesa, com sua capacidade de suportar pressões visando sua incorporação à indústria de alimentos dominante. Allen et al. (2003) sugerem que a avaliação do potencial das novas iniciativas agroalimentares para modificarem o sistema agroalimentar exige a abordagem de uma questão fundamental: seriam essas novas estratégias alimentares significativamente antagonistas – ou seja, limitadas em seus esforços à erosão gradual das margens das estruturas político-econômicas que constituem o cenário agroalimentar? Ou seriam elas fundamentalmente alternativas – isto é, buscam encontrar uma configuração estrutural nova e mais autônoma?

A literatura mostra que iniciativas alimentares locais possuem potencial para serem tanto antagonistas como alternativas, em diferentes graus e em contextos sociais e espaciais distintos, e que isto vale também para a geografia. Na Espanha e na Itália, por exemplo, o estímulo à criação de redes alimentares locais tem um caráter mais antagônico (Alonso Mielgo et al., 2001), devido a questões históricas relacionadas a latifúndios e reforma agrária. Por outro lado, no Reino Unido, Holanda e Irlanda, o crescimento das redes alternativas, por parte tanto de governos como de atores locais, é frequentemente enquadrado em uma lógica e discurso mais instrumentalistas e empresariais – como um agrupamento econômico e social alternativo que

cria novos vínculos produtor-consumidor. No “Curry Report” (Policy Commission on the Future of Farming and Food, 2002) e em muitos anúncios ministeriais no Reino Unido, o estímulo às redes agroalimentares locais é geralmente usado como uma nova metáfora empresarial e de “livre mercado” que apela aos produtores para “competirem mais em qualidade do que em preço” – e para fazê-lo num contexto de redução do apoio da Política Agrícola Comum (CAP - *Common Agricultural Policy*) para commodities. Nesse contexto espacial, o próprio enquadramento da realocação da provisão alimentar é configurado como uma alternativa, ao invés de uma oposição, o que pode proporcionar maior longevidade para produtores de baixa renda. Portanto, a realocação é vista como um paliativo, ao invés de um movimento contra o sistema agroindustrial dominante e seus mecanismos labirínticos de apoio estatal. Essas estratégias alternativas e de oposição exibem diferentes geografias através de Estados-nação e regiões, e baseiam-se em diferentes combinações de imersão vertical e horizontal. Por exemplo, as modalidades alternativas do Reino Unido são parcialmente estruturadas, não apenas pela condição regional (vertical); elas obtêm boa parte de sua vitalidade também de um forte compromisso (horizontal) de muitos produtores prontos a desvincularem-se do sistema convencional.

A política da regionalização e governança multinível: questões verticais

Em segundo lugar, é preciso explorar em detalhes o processo multinível de estruturação regional e institucional de redes alimentares alternativas, em relação à recente reforma da CAP na Europa. Essa reforma desencadeou, de fato, um processo de regionalização da política rural que seguiu fundamentalmente dois caminhos. Um, com relação ao chamado Primeiro Pilar da CAP, a recém introduzida Subvenção Agrícola Unificada (*Single Farm Payment - SFP*) – a qual independe da produção e está associada à observância de padrões ambientais, de segurança alimentar e de bem-estar animal (condicionalidade) – é implementada no nível regional, seguindo duas modalidades possíveis: uma abordagem “baseada em área”, através da qual a SFP inclui todos os agricultores, independentemente de terem recebido ou não apoio da CAP no passado; ou uma abordagem “histórica” que mantém a SFP vinculada ao histórico de pagamentos da CAP. O outro caminho é o da Regulamentação do Desenvolvimento Rural (ou Segundo Pilar do CAP), que tem como objetivo a transformação da CAP de uma política setorial de suporte à comunidade agrícola em uma política integrada de desenvolvimento rural, e também foi adotada em âmbito regional através da elaboração dos Planos de Desenvolvimento Rural, de base territorial, para sete anos.

Com a crescente importância assumida por atores e ações regionais na trajetória do desenvolvimento rural, a realocação dos alimentos está se tornando uma dimensão mais relevante do processo e da política mais gerais de regionalização (Murdoch et al., 2003; Marsden e Sonnino, 2005). Isso suscita a necessidade de se investigar e relação entre estruturas emergentes de governança regional e inovações agroalimentares regionais. Como coloca Jarosz (2000, p. 281), “não está ainda documentado” o processo através do qual redes de alimentação local reúnem – espacial e socialmen-

te – produtores de alimentos, intermediários, varejistas e consumidores em regiões específicas, através de suas relações e interações com redes agroalimentares regionais.

Uma abordagem crítica dessas formas emergentes e irregulares de imersão vertical das redes alimentares alternativas é crucial, não apenas para melhorar nosso conhecimento teórico sobre seu contexto político. Tal abordagem pode, também, trazer aportes significativos, tanto práticos como políticos, para a sustentabilidade dessas redes. Além de discutir problemas que precisam ser enfrentados para que as redes alimentares alternativas se firmem, os poucos estudos de caso focados no contexto político e regulatório dessas redes ajudam a identificar o tipo de ação política necessária para estimular e consolidar o setor alimentar alternativo. Ao documentar a *vente directe*, ou venda direta por agricultores da França, Gilg e Battershill (1998) defendem políticas específicas para apoio ao setor tradicional da agricultura de baixa intensidade. Tais políticas, segundo eles, devem incluir medidas para expandir o mercado para este setor de qualidade, bem como medidas baseadas em ações ambientais direcionadas, como apoio financeiro para evitar sua absorção por sistemas mais intensivos, além de normas e programas que limitem as atividades e externalidades do setor agroalimentar convencional. Por outro lado, no País de Gales, uma análise das limitações à incorporação de qualidade local e regional às redes de abastecimento alimentar levou Banks e Bristow (1999) a sugerirem a necessidade de investimentos públicos específicos em capacidade de processamento. Marsden e Smith (no prelo) comparam dois nichos alimentares “sociotécnicos”, no Reino Unido e na Holanda, que parecem requerer formas alternativas de regulamentação para defender suas fronteiras espaciais e sociais contra os efeitos inibidores da CAP tais como subsídios baseados em produção, sistemas baseados em produção intensiva, cadeias de baixo valor agregado e uma relação clientelista entre agricultor e Estado. Finalmente, ao apoiar a necessidade de se desenvolverem produtos locais através dos canais convencionais no Reino Unido, Weatherell et al. (2003) defendem uma abordagem mais intervencionista sobre a rede de abastecimento alimentar para promover mecanismos explícitos e independentes que monitorem e certifiquem a produção e distribuição de alimentos locais.

Rumo a uma ecoeconomia agrária através da batalha da qualidade?

Em terceiro lugar, é hora de começar a avaliar os impactos (reais e potenciais) econômicos, ambientais e socioculturais de redes alimentares alternativas. Aqui, a questão fundamental é se tais redes estão, ou não, sinalizando (e contribuindo para) uma mudança rumo a um novo paradigma de desenvolvimento rural que redefine a natureza, reenfatizando a produção alimentar e a agroecologia, e que reafirme o papel socioambiental da agricultura como um agente crucial na sustentação de áreas rurais. Urge abordarem-se, aqui, duas questões em especial. A primeira diz respeito às origens sociais e espaciais dessas inovações. Em outras palavras: seriam as redes alimentares alternativas um fenômeno “burguês”, baseado principalmente no contexto urbano e, por isso, fadado a ter limitados “efeitos multiplicadores” em áreas rurais, bem como escassos dividendos de consumo, restritos a grupos de alta renda? Ou, seriam elas sintomas de um processo de “recampenização” e revalorização do campo e da comu-

nidade rural? Pode-se esperar que redes alimentares localizadas e alternativas venham finalmente a infiltrar-se nos problemas dos “desertos alimentares” urbanos das zonas de baixa renda (Wrigley, 2002)?

A segunda questão refere-se às práticas e estratégias locais voltadas ao desenvolvimento e consolidação de redes alimentares alternativas. Os diversos atores da cadeia agroalimentar (agricultores, processadores de alimentos, atacadistas, varejistas e consumidores) não são receptores passivos de políticas e sinais do mercado (Winter, 2003b, p. 509). Eles são atores sociais que constroem ativamente mercados alternativos, através de novos discursos de “autênticas relações sociais, econômicas e ecológicas entre todos os atores em um sistema alimentar” (Hendrickson e Heffernan, 2002, p. 361). A análise desses discursos tem muito a dizer sobre a imersão sociocultural de redes alimentares alternativas – isto é, sobre os diferentes significados atribuídos a tais redes por diferentes atores. Uma investigação desses significados é crucial para se compreender a relação entre qualidade e poder na cadeia alimentar. A “virada relacional” na geografia econômica mostra-se especialmente útil aqui. De fato, como apontam Boggs e Rantisi (2003), esta orientação teórica tem como unidades centrais de análise os atores e os processos dinâmicos de mudança e desenvolvimento gerados pelas relações entre os mesmos. Ao considerar os atores como sujeitos interdependentes, cujas identidades e capacidades são constituídas por suas relações com outros atores (Boggs e Rantisi, 2003, p. 112), a abordagem da “virada relacional” permite aos pesquisadores descobrir o papel do poder na configuração das inter-relações pessoais e identificar diferentes estruturas de governança.

Construtos de qualidade envolvem relações de poder entre diferentes atores sociais. Os dois processos são, agora, inseparáveis tanto no sistema alimentar alternativo quanto no convencional. Nesse sentido, a dicotomia entre cadeias de abastecimento alimentar alternativas e lideradas por varejistas pode ser representada como uma “batalha de conhecimento, autoridade e regulação” em torno de diferentes níveis de imersão (*embeddedness*) e de definições sociotécnicas de qualidade (Marsden, 2004). O resultado dessa batalha em curso é empoderar ou desempoderar grupos específicos de atores da cadeia de abastecimento, o que, em contrapartida, põe em movimento uma dinâmica geográfica – um processo que tem ramificações tanto no nível da produção de alimentos, no qual pode afetar o desenvolvimento rural, quanto no nível do consumo de alimentos, geralmente, mas não exclusivamente, no domínio urbano. É importante enfatizar que, no contexto alimentar, o poder não deve ser situado inequivocamente na esfera da produção. Consumidores também devem ser reconhecidos “como atores relacionais, em circuitos alimentares recursivos e mutuamente constituídos” (Goodman, 2002, p. 272).

Em resumo, para avaliar o grau de imersão horizontal de redes alimentares alternativas – ou seja, em que medida elas estão enraizadas sociocultural, econômica e ambientalmente em sua localidade – é crucial investigar as estratégias usadas por diferentes atores para iniciar, consolidar e desenvolver essas inovações. Tais estratégias, frequentemente baseadas em noções de qualidade que são negociadas e socialmente construídas, refletem relações de poder nas (e entre) cadeias de abastecimento alimentar. Investigar como o poder é distribuído através da cadeia de alimentação e,

mais especificamente, como os atores envolvidos em redes alimentares alternativas percebem seu papel na contestação e reformulação do sistema agroalimentar, é um passo essencial para compreender a natureza dessas redes e seu potencial para novas formas de desenvolvimento rural.

Conclusão: Relocalização e a problemática recuperação da geografia no novo paradigma agroalimentar

Neste artigo, tentamos analisar criticamente a crescente literatura sobre redes alimentares alternativas como parte de uma mudança mais ampla das abordagens teórica, prática e política. Um elemento central dessa literatura tem sido o tema amplamente contestado (mas bem pouco problematizado) do processo de relocalização, através do qual essas tendências, de diversas formas, recapturam o espaço rural como uma força transformadora na configuração do sistema agroalimentar. De uma perspectiva mais ampla, redes alimentares alternativas estão começando a recriar, em maior ou menor grau, um tipo de espaço econômico alternativo (ver Leyshon et al., 2003) que desafia os sistemas convencionais, mais amplos e mais universalistas. Pode-se considerar, pelo menos da perspectiva dos setores de desenvolvimento rural e agroalimentar, que isso contribui para a emergência de um paradigma agroalimentar mais heterodoxo, o qual reconstitui a “Santa Trindade” da nova economia regional proposta por Storper (1997a): mudanças tecnológicas, organizações, e transformações territoriais – as quais implicam a versão renovada e mais enraizada dos ativos relacionais específicos de cada região ou localidade.

Contudo, essa teorização não tem progredido. Até agora, enfatizaram-se estudos de casos empiricamente ricos, e características internas e evolutivas peculiares às redes alimentares alternativas extraídas daqueles. Suas relações competitivas com o (e sua imersão alternativa no) setor convencional têm sido amplamente ignoradas. Afirmamos que esta literatura representa a primeira fase da abordagem científica – uma fase que tem sido muito dificultada pela falta de dados estatísticos oficiais sobre tendências e pela relutância de muitos governos nacionais em alterar o tipo, bastante ultrapassado, de dados coletados sob a tutela do setor agrícola convencional.

Na segunda parte do artigo, passamos a sugerir uma segunda fase para a atividade acadêmica crítica. Isso, evidentemente, supondo que tanto esses processos quanto o interesse e trabalho acadêmicos em relação a eles continuarão a crescer. Em vista das contínuas crises associadas aos sistemas agroalimentares convencionais e da crescente vitalidade do novo paradigma de desenvolvimento rural/agroalimentar que vem se estabelecendo na Europa (ver Marsden, 2003; Ploeg et al., 2000), cremos ser este o caso. Contudo, conforme tentamos formular resumidamente na Figura 1, como todos os processos de avanço intelectual, esta mudança de paradigma é altamente contingente e contestada. Por exemplo, apesar de suas tendências de crise, não podemos assumir que o sistema agroindustrial irá simplesmente minguar. Tampouco podemos esperar que muitas das novas iniciativas agroalimentares alternativas e relocalizadas consigam sair ilesas das intensas pressões por preços com-

petitivos e economias de escala impostas sobre elas pelo sistema agroindustrial. Os processos de deslocalização e realocização esboçados na Figura 1 apenas introduzem em breves linhas o que está representado na literatura de geografia econômica de forma mais abrangente, como o “quebra-cabeças de Storper” (Storper, 1997b, p. 255). Conforme ele próprio define:

A economia moderna pode, portanto, ser concebida como um complexo quebra-cabeças organizacional que consiste em universos múltiplos e parcialmente sobrepostos, nos quais se desenrolam ações reflexivas coletivas. Para qualquer domínio da análise econômica, a tarefa é compreender a natureza funcional dos espaços de ação envolvidos e o conteúdo substantivo das convenções-relações – o universo da ação – através dos quais os autores articulam e dão forma às suas operações concretas naquele domínio.

De fato, nessa segunda fase de desenvolvimento, podemos esperar o aumento das pressões sobre tais alternativas – também advindas das novas tecnologias associadas a culturas geneticamente modificadas (GM), da internacionalização do varejo corporativo (Wrigley, 2000) e do contínuo desenvolvimento das marcas próprias de varejistas, que podem alterar e reorganizar o equilíbrio entre o alternativo e o convencional (ver Bridge et al., 2003).

Na terceira parte do artigo, tentamos apontar alguns caminhos para futuras pesquisas e debates no sentido de aprofundar o conceito de realocização agroalimentar. A tentativa acentuou a necessidade de se avançar teórica e conceitualmente a fim de fortalecer a relação entre formas de imersão vertical e horizontal, através de uma perspectiva mais holística, que integre aspectos da política econômica, da teoria das redes sociais e da nova geografia econômica.

É de vital importância aqui, como sugere a Figura 1, imprimir às nossas interpretações dos desenvolvimentos de sistemas agroalimentares um conhecimento maior da natureza e dinâmica dos espaços competitivos relativamente integrados, ocupados por alimentação convencional e alternativa. Isso possibilitaria revelar a evolução de novas microgeografias do espaço rural como resultados (e também como fatores causais em si mesmas) dessas “batalhas” competitivas. O desenvolvimento de redes alimentares alternativas está, no mínimo, remodelando o espaço rural através da criação de nichos e de novas estruturas organizacionais espaciais e redes que competem com os sistemas produtivos mais padronizados, estabelecidos no setor convencional. Nesse sentido, pode-se postular a chegada de geografias agroalimentares concorrentes, operando nas mesmas regiões, construídas sob diferentes conjuntos de convenções de qualidade e comerciais e exibindo diferentes níveis de imersão vertical e horizontal.

Através da problematização das dimensões horizontal e vertical da imersão das redes agroalimentares, identificamos três linhas, ou caminhos, para desenvolvimento e exploração deste desafio espacial e intelectual: (i) situar de forma mais eficaz as redes alternativas em seu contexto altamente competitivo, regulatório e espacial associado ao setor convencional (ver Figura 1); (ii) avaliar as diversas formas pelas quais, tanto do ponto de vista da governança pública quanto da privada, os desenvolvimentos e inovações da área da agroalimentação estão se tornando uma parte significativa de um

processo mais amplo de regionalização social, econômica e política que afeta todas as economias europeias (Keating, 1997); e (iii) conferir mais peso à avaliação dos reais benefícios de desenvolvimento rural (e das potenciais desvantagens) trazidos pelas novidades no campo agroalimentar, destacando especialmente as relações de poder entre atores, tanto no interior das novas redes agroalimentares como entre elas, bem como aos novos tipos de governança espacializada e de associativismo em que elas operam.


Tipo de relação espacial	DESLOCALIZAÇÃO Agroalimentar convencional		RELOCALIZAÇÃO Agroalimentar alternativo
Relações dos produtores	Inibidores de produção intensiva; tendência de redução dos preços de produtos agrícolas e fornecedores atacadistas de insumos para processadores/varejistas	Fronteiras espaciais competitivas em transformação 	Ênfase na “qualidade”; produtores encontrando estratégias para capturar valor agregado; novas associações de produtores; desenvolvimento de novos nichos espaciais sociotécnicos
Relações dos consumidores	Ausência de referência espacial do produto. Falta de incentivo para conhecer a origem do alimento. Produtos sem localidade		Conhecimento variável do consumidor sobre lugar, produção, produto e condições espaciais de produção; desde compras face-a-face até à distância
Processamento e varejo	Sistemas de transformação e varejo rastreáveis, mas privadamente regulados; não transparentes; padronizados vs. outros produtos não espacializados		Pontos de varejo e de processamento regionais/locais; altamente variáveis, rastreáveis e transparentes; qualidades espacialmente referenciadas e projetadas
Marco Institucional	Regulamentação pública e privada altamente burocratizada; modelo higiênico reforçando a padronização; apoio nacional via CAP nacional (Pilar I)		Desenvolvimento rural e apoio da autoridade local na construção de novas redes e infraestruturas; apoio local e regional (Pilar II) da CAP.
Marco associativo	Relações – à distância – altamente tecnocráticas; relações comerciais/não espacializadas; falta de confiança ou conhecimento local.		Rede relacional, baseada em confiança, local e regionalmente fundada, ao invés de uma base linear; competitiva, mas, algumas vezes, colaborativa

Figura 1. O espaço rural como espaço competitivo e o campo de batalha entre os setores agroalimentares convencional e alternativo.

Nesse contexto, podemos concluir que a relocalização – como uma geografia disputada de métodos integrados que identificamos como um processo de transformação em curso no sistema agroalimentar europeu – está recém em sua infância, tanto como um processo social, econômico e político ativo, quanto em termos de sua análise crítica acadêmica. Além disso, o “quebra-cabeças” é, como afirmamos, muito mais do que meramente uma reação à globalização em um sentido geral. Conforme se começa a identificar na Figura 1, a relocalização pode atuar de diversas formas para recapturar e revalorizar o espaço rural, tornando-se, assim, um processo com grande potencial de introduzir novas formas de desenvolvimento rural. Espaços rurais sob este tipo de conceptualização tornam-se um fenômeno de múltiplas fases que mantém

e desenvolve as tendências competitivas entre os setores alimentares convencionais e alternativos. Isso também envolve as estruturas de políticas e de governança, muitas vezes contraditórias, que se situam entre esses setores. Portanto, um aspecto da realocização dos alimentos é a reativação do espaço rural como um agente vivo na configuração dos “espaços competitivos” entre os setores convencional e alternativo, como, por exemplo, nos esforços de grandes redes varejistas para vender alimentos locais, concorrendo com processadores e varejo locais.

Consequentemente, da perspectiva metodológica, nessa segunda fase do desenvolvimento, os pesquisadores não devem focar apenas em casos específicos de redes agroalimentares alternativas, mas também estudar a governança regional e local, econômica e espacial dos espaços específicos nos quais elas evoluem, se modificam e concorrem. Nesse sentido, a chegada de um setor alimentar alternativo realocizado, no contexto do setor convencional dominante, requer que os pesquisadores reconceptualizem o próprio espaço rural e regional. Ele passa a ser não apenas uma superfície sobre a qual essas batalhas competitivas acontecem. Ele também aprofunda e reconfigura os recursos potenciais de espaços rurais específicos através, mais uma vez, da conexão de alimentos e agriculturas com suas potencialidades sociais e naturais particularmente originadas e integradas.

Referências

- ALLEN, P.; FITZ SIMMONS, M.; GOODMAN, M.; WARNER, K. Shifting places in the agrifood landscape: the tectonics of alternative agrifood initiatives in California. *Journal of Rural Studies*, v. 19, p. 61-75, 2003.
- ALONSO MIELGO, A. M.; SEVILLA GUZMÁN, E.; JIMÉNEZ ROMERA, M.; GUZMÁN CASADO, G. Rural development and ecological management of endogenous resources: the case of the mountain olive groves in Los Pedroches Comarca (Spain). *Journal of Environmental Policy and Planning*, v. 3, n. 2, p. 163-175, 2001.
- AMIN, A.; CAMERON, A.; HUDSON, R. The alterity of the social economy. In: LEYSHON, A.; LEE, R.; WILLIAMS, C. (Ed.). *Alternative Economic Spaces*. London: Sage, 2003.
- BANKS, J.; BRISTOW, G. Developing quality in agro-food supply chains: a Welsh perspective. *International Planning Studies*, v. 4, n. 3, p. 317-331, 1999.
- BOGGS, J. S.; RANTISI, N. M. The ‘relational turn’ in economic geography. *Journal of Economic Geography*, v. 3, p. 109-116, 2003.
- BRIDGE, G.; McMANUS, P.; MARSDEN, T. K. Editorial. The next new thing? Biotechnology and the state. *Geoforum*, v. 34, n. 2, p. 165-175, 2003.
- CLARK, G. M.; FELDMAN, M.; GERTLER, M. (Ed.). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford: Oxford University Press, 2000.
- DE ROEST, K.; MENGHI, A. Reconsidering ‘traditional’ food: the case of Parmigiano Reggiano cheese. *Sociologia Ruralis*, v. 40, n. 4, p. 439-451, 2000.
- EVANS, N.; MORRIS, C.; WINTER, M. Conceptualizing agriculture: a critique of post-productivism as the new orthodoxy. *Progress in Human Geography*, v. 26, n. 3, p. 313-332, 2002.

- FEENSTRA, G. Creating space for sustainable food systems: lessons from the field. *Agriculture and Human Values*, v. 19, p. 99-106, 2002.
- GILG, A. W.; BATTERSHILL, M. Quality farm food in Europe: a possible alternative to the industrialised food market and to current agri-environmental policies: lessons from France. *Food Policy*, v. 23, n. 1, p. 25-40, 1998.
- GOODMAN, D. Rethinking food production-consumption: integrative perspectives. *Sociologia Ruralis*, v. 42, n. 4, p. 271-277, 2002.
- GOODMAN, D. Rural Europe redux? Reflections on alternative agro-food networks and paradigm change. *Sociologia Ruralis*, v. 44, n. 1, p. 3-16, 2004.
- GOODMAN, D. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, v. 19, p. 1-7, 2003.
- GUTHMAN, J. The trouble with 'organic lite' in California: a rejoinder to the 'conventionalisation' debate. *Sociologia Ruralis*, v. 44, n. 3, p. 301-316, 2004.
- HARVEY, M.; McMEEKIN, M.; WARDE, A. Introduction. Food and quality. In: HARVEY, M.; McMEEKIN, M.; WARDE, A. (Ed.). *Qualities of Food*. Manchester: Manchester University Press, 2004.
- HENDRICKSON, M. K.; HEFFERNAN, W. D. Opening spaces through relocalization: locating potential resistance in the weaknesses of the global food system. *Sociologia Ruralis*, v. 42, n. 4, p. 347-369, 2002.
- HINRICHS, C. C. Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. *Journal of Rural Studies*, v. 16, p. 295-303, 2000.
- HINRICHS, C. C. The practice and politics of food system localization. *Journal of Rural Studies*, v. 19, p. 33-45, 2003.
- ILBERY, B.; KNEAFSEY, M. Producer constructions of quality in regional speciality food production: a case study from South West England. *Journal of Rural Studies*, v. 16, p. 217-230, 2000.
- JAROSZ, L. Understanding agri-food networks as social relations. *Agriculture and Human Values*, v. 17, p. 279-283, 2000.
- KEATING, M. The innovation of regions: political restructuring and territorial government in Western Europe. *Environment and Planning C: Government and Policy*, v. 15, 1997, p. 383-398.
- KIRWAN, J. Alternative strategies in the UK agro-food system: interrogating the alterity of farmers' markets. *Sociologia Ruralis*, v. 44, n. 4, p. 395-415, 2004.
- KNICKEL, K.; RENTING, H. Methodological and conceptual issues in the study of multi-functionality and rural development. *Sociologia Ruralis*, v. 40, n. 4, p. 512-528, 2000.
- LEE, R.; WILLS, J. (Ed.). *Geographies of Economies*. London: Edward Arnold, 1997.
- LEYSHON, A.; LEE, R.; WILLIAMS, C. (Ed.). *Alternative Economic Spaces*. London: Sage, 2003.
- MARSDEN, T. K. *The Condition of Rural Sustainability*. Wageningen: Royal Van Gurcum, 2003.
- MARSDEN, T. K. Theorising food quality: some issues in understanding its competitive production and regulation. In: HARVEY, M.; McMEEKIN, M.; WARDE, A. (Ed.). *Qualities of Food*. Manchester: Manchester University Press, 2004.

- MARSDEN, T. K.; SMITH, E. Ecological entrepreneurship: sustainable development in local communities through quality food production and local branding. *Geoforum*, v. 36, p. 440-451, 2005.
- MARSDEN, T. K.; SONNINO, R. Rural development and agri-food governance in Europe: tracing the development of alternatives. In: HIGGINS, V.; LAWRENCE, G. (Ed.). *Agricultural Governance: Globalization and the New Politics of Regulation*. London: Routledge, 2005.
- MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis*, v. 40, n. 4, p. 424-438, 2000.
- MORRIS, C.; YOUNG, C. 'Seed to shelf', 'teat to table', 'barley to beer' and 'womb to tomb': discourses of food quality and quality assurance schemes in the UK. *Journal of Rural Studies*, v. 16, p. 103-115, 2000.
- MURDOCH, J.; LOWE, P.; WARD, N.; MARSDEN, T. K. *The Differentiated Countryside*. London: Routledge, 2003.
- MURDOCH, J.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Quality, Nature and embeddedness: some theoretical considerations in the context of the food sector. *Economic Geography*, v. 76, n. 2, p. 107-125, 2000.
- MURDOCH, J.; MIELE, M. 'Back to nature': changing 'worlds of production' in the food sector. *Sociologia Ruralis*, v. 39, n. 4, p. 465-483, 1999.
- MURDOCH, J.; MIELE, M. A new aesthetic of food? Relational reflexivity in the 'alternative' food movement. In: HARVEY, M.; McMEEKIN, M.; WARDE, A. (Ed.). *Qualities of Food*. Manchester: Manchester University Press, 2004.
- PARROTT, N.; WILSON, N.; MURDOCH, J. Spatializing quality: regional protection and the alternative geography of food. *European Urban and Regional Studies*, v. 9, n. 3, p. 241-261, 2002.
- PLOEG, J. D. van der; RENTING, H.; BRUNORI, G.; KNICKEL, K.; MANNION, J.; MARSDEN, T.; DE ROEST, K.; SEVILLA-GUZMÁN, E.; VENTURA, F. Rural development: from practices and policiestowards theory. *Sociologia Ruralis*, v. 40, n. 4, p. 391-408, 2000.
- POLICY COMMISSION ON THE FUTURE OF FARMING AND FOOD. *Farming and Food: A Sustainable Future*. London: Cabinet Office, 2002.
- RENTING, H.; MARSDEN, T. K.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning*, v. 35, p. 393-411, 2003.
- SAGE, C. Social embeddedness and relations of regard: alternative 'good food' networks insouth-west Ireland. *Journal of Rural Studies*, v. 19, p. 47-60, 2003.
- SASSATELLI, R. The political morality of food: discourses, contestation and alternative consumption. In: HARVEY, M.; McMEEKIN, M.; WARDE, A. (Ed.). *Qualities of Food*. Manchester: Manchester University Press, 2004.
- SCHWEIZER, T. Embeddedness of ethnographic cases: a social networks perspective. *Current Anthropology*, v. 38, n. 5, p. 739-752, 1997.
- SHEPPARD, E.; BARNES, T. (Ed.). *A Companion of Economic Geography*. Oxford: Blackwell, 2000.
- STORPER, M. Regional economies as relational assets. In: LEE, R.; WILLS, J. (Ed.). *Geographies of Economies*. London: Edward Arnold, 1997b.

STORPER, M. *The Regional World*. London: Guildford Press, 1997a.

STRAETE, E. P.; MARSDEN, T. K. *Diversification in different contexts: a case study of the dairy sectors in Norway and Wales*. Trabalho apresentado no Grupo 1.2 Consumo alimentar e Agricultura, 20º Congresso da Sociedade Europeia para Sociologia Rural, Sligo, Irlanda, 18-22 Agosto 2003.

TREGEAR, A. From Stilton to Vimto: using food history to re-think typical products in ruraldevelopment. *Sociologia Ruralis*, v. 43, n. 2, p. 91-107, 2003.

WEATHERELL, C.; TREGEAR, A.; ALLINSON, J. In search of the concerned consumer: UK publicperceptions of food, farming and buying local. *Journal of Rural Studies*, v. 19, p. 233-244, 2003.

WHATMORE, S.; STASSART, P.; RENTING, H. What's alternative about alternative food-networks? *Environment and Planning*, v. 35, p. 389-391, 2003.

WINTER, M. Embeddedness, the new food economy and defensive localism. *Journal of Rural Studies*, v. 19, p. 23-32, 2003a.

WINTER, M. Geographies of food: agro-food geographies – making reconections. *Progress in Human Geography*, v. 27, n. 4, p. 505-513, 2003b.

WRIGLEY, N. Food deserts in British cities: policy context and research priorities. *Urban Studies*, v. 39, n. 11, p. 2029-2040, 2002.

WRIGLEY, N. The globalisation of retail capital: themes for economic geography. In: CLARK, G. M.; FELDMAN, M.; GERTLER, M. (Ed.). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford: Oxford University Press, 2000.

Inovações econômicas em cadeias curtas de abastecimento alimentar¹

Giovani Belletti
Andrea Marescotti

Introdução

A crescente importância das cadeias curtas de abastecimento alimentar (CCAAs) é um fenômeno muito evidente no desenvolvimento recente do sistema alimentar, o qual tem atraído a atenção de diversos atores, sejam do setor agrícola, de instituições públicas (EC Commission, 2008 e 2009; EU Parliament, 2010; Kneafsey et al., 2013; King et al., 2010; Martinez et al., 2010), ou representantes dos consumidores/cidadãos (Marsden e Arce, 1995; Aguglia, 2009; Allen et al., 2003).

O termo *cadeias curtas de abastecimento alimentar* possui diferentes significados aceitos, cada qual correspondendo a uma diferente categoria de objetivos que são buscados através dessas cadeias pelas várias partes interessadas. Tais objetivos podem ser resumidos conforme segue:

¹ Tradução de Regina Beatriz A. Vargas e Revisão Técnica de Sergio Schneider e Marcio Gazolla.

- pular etapas da intermediação comercial, para uma conexão mais direta entre agricultor/ produtor de alimento e consumidor final: este é um objetivo basicamente econômico, com foco no aumento dos preços obtidos pelos produtores e na reapropriação do valor agregado pela agricultura, e/ou na contenção dos preços para o consumidor no lado do consumo;
- reduzir a distância geográfica e cultural percorrida pelo produto até chegar ao consumidor: essas são iniciativas focadas (de forma mais ou menos consciente) em questões sociais e ambientais, expressas sob a forma de apoio solidário entre consumidores e produtores locais, reduzindo a distância percorrida pelo alimento e outros efeitos externos negativos relacionais ao ambiente;
- fortalecer os papéis de consumidores e produtores na cadeia de abastecimento agroalimentar, possibilitando a ambas as partes uma reapropriação do objeto intercambiado (*commodity* agrícola, alimento) e dos processos biológicos nele envolvidos, mas também a repersonalização das relações entre produtores e consumidores (McGarry et al., 2005, Watts et al., 2005; Brunori et al., 2012).

Esses distintos significados e objetivos muitas vezes coexistem, embora com ênfases diferentes, dependendo dos atores envolvidos e de cada iniciativa. Portanto, as CCAAs devem ser consideradas como um conjunto inseparável de questões econômicas, sociais e ambientais, de modo que, para produzirem-se considerações econômicas mais adequadas, é necessário levar em conta outros aspectos.

As CCAAs, de um modo geral, portam dois objetivos. De um lado, especialmente em épocas de crise econômica, elas buscam encurtar a cadeia de abastecimento e reduzir custos de comercialização, acionando um contato direto entre produtores e consumidores, sem a intermediação de varejistas ou atacadistas, e reduzindo os quilômetros que o alimento precisa percorrer até chegar aos consumidores. Isso possibilita vantagens econômicas tanto para o produtor agrícola, que pode obter mais valor agregado do preço final, quanto para os consumidores, que podem se beneficiar da compra direta de produtos locais com menores custos de transporte, embalagem e distribuição, pagando, assim, um preço mais baixo.

Por outro lado, as CCAAs tentam incorporar valores sociais e culturais coletivos e pretendem modificar a maneira como o alimento é concebido no agronegócio moderno. Desse modo, desempenham um papel “transformador” frente aos efeitos sociais, ambientais e culturais negativos das cadeias de abastecimento e práticas de produção longas e industrializadas. Por isso, alimentos negociados dentro das CCAAs são, frequentemente, orgânicos, locais, frescos, tradicionais e, algumas vezes, de “alta qualidade” em razão de algum atributo. Por isso, também, normalmente admitem apenas a participação das pequenas propriedades agrícolas.

As cadeias curtas de abastecimento alimentar têm sido consideradas como novas expressões de uma abordagem alternativa à produção e ao consumo de alimentos, baseada na sustentabilidade ambiental e social, em contraposição à agricultura convencional ou “moderna”, alvo de críticas disseminadas por seus impactos sobre a sociedade e o meio ambiente. Em outras palavras, constituem uma inovação mais ou menos radical no sistema alimentar global, a qual supostamente deve produzir

impactos profundos na reestruturação do sistema alimentar moderno. O desenvolvimento dessas cadeias de abastecimento tem sido acompanhado de amplo debate teórico, abordando o caráter inovador das iniciativas – sua “alternatividade” – bem como seu caráter transformativo, ou seja, sua capacidade de transformar radicalmente a maneira como o sistema agroalimentar funciona atualmente. Por esta razão, alguns autores têm interpretado as CCAAs como um nicho de construção e experimentação de novos sistemas sociotécnicos e, em particular, de novas regras para as relações produtor-consumidor, inspiradas em equidade, solidariedade e sustentabilidade (econômica, social e ambiental).

Embora inicialmente concebidas com o objetivo de modificar as regras do mercado (Lamine, 2005), o desenvolvimento e difusão dessas iniciativas parece ter diluído e alterado um pouco seus sentidos e objetivos iniciais. Hoje, uma grande variedade de tipologias, conteúdos, objetivos e atores atuam nessas redes, levando confusão e hibridização ao “movimento”, a ponto de pôr em questão inclusive a própria essência das CCAAs (Mount, 2012).

A análise das CCAAs como um tipo especial de inovação econômica requer, primeiramente, que se examinem alguns significados e aspectos relevantes do que significa “ser curto”. Além disso, é preciso ter em conta que essas iniciativas não carregam, todas, o mesmo nível de alternatividade e, com frequência, não estão tão “distantes” das lógicas do sistema global que gostariam de ou que se propõem a mudar. Na verdade, as cadeias curtas de abastecimento alimentar constituem um universo de diferentes tipos de conexões entre produção e consumo (Slee e Kirwan, 2007), afetadas por uma série de tendências que determinam mudanças importantes. O próprio termo “cadeia curta de abastecimento” abrange diferentes modelos em operação, desde vendas diretas nas unidades rurais pelo agricultor, até práticas efetivas de cogestão entre grupos de consumidores e grupos de produtores de alimentos, concorrendo entre si para atender à necessidade comum de encurtar a distância (física, cognitiva e cultural) entre os mundos da produção e do consumo (tabela 1) (Goodman et al., 2011).

Este capítulo pretende oferecer uma interpretação do fenômeno à luz dos conceitos de inovação e eficiência.

Cadeias curtas de abastecimento alimentar, inovação econômica e eficiência

As cadeias curtas de abastecimento de alimentos têm sido consideradas uma inovação no sistema agroalimentar. Hoje estão bastante difundidas especialmente em grandes áreas de consumo urbanas nos países desenvolvidos, mas vêm crescendo, também, em países em desenvolvimento. O encurtamento da cadeia de abastecimento, na verdade, não elimina a distribuição, que segue sendo o principal objetivo, mas exige uma configuração diferente, a qual, por sua vez, demanda uma organização eficiente tanto da produção como da distribuição, de forma coordenada.

Portanto, a análise da inovação das CCAAs, de uma perspectiva econômica e, especialmente, daquela das empresas participantes, deve ser feita levando-se em con-

sideração três níveis distintos: a estrutura dos canais de distribuição através dos quais fabricantes e distribuidores comercializam bens e serviços; o modo como as relações de troca são administradas e organizadas entre operadores desses canais comerciais; e o modo como a produção agrícola é organizada e administrada.

A unidade de análise para inovação econômica é dada pelo sistema de produção-distribuição-consumo, compreendido como uma rede de atividades distintas, porém inter-relacionadas, e de atores que mantém relações de competição/colaboração entre si, guiados por lógicas mutuamente compatíveis.

O principal parâmetro aqui proposto para analisar a inovação econômica nas CCAAs é *eficiência*, considerada como um fator gerador (ou seja, a busca por ganhos em eficiência orienta as escolhas dos atores) e, ao mesmo tempo, como um critério de ordenação entre alternativas possíveis (em uma lógica darwinista, soluções com maior eficiência estabelecem precedência sobre outras). O critério de eficiência também independe do objetivo específico buscado pelos atores em uma CCAA. Isto é, uma vez que o objetivo é definido, presume-se que a resposta mais eficiente, em termos de sistema de distribuição e organização do comércio e produção, prevalecerá.

Nas últimas décadas, uma série de fatores demográficos, sociais, econômicos e culturais conduziu a um modelo de larga escala, consolidado na combinação entre indústria de larga escala e distribuição em massa, e a afirmação dos circuitos de abastecimento globalizados, para os quais a distância entre produção e consumo parecia não ser problema – até mesmo em razão dos grandes volumes envolvidos. Contudo, este modelo é hoje alvo de muitas críticas e, embora seguramente não esteja em crise, dá sinais suficientes de dificuldades, permitindo presumir que o ciclo de concentração (baseado na redução do número de empresas e consequente aumento do tamanho médio das mesmas, em todas as etapas da cadeia de abastecimento) está dando lugar a um ciclo de transição, com a reconquista de espaço por pequenos e médios empreendimentos e de importância dos fatores de localização e das economias de proximidade. Evidentemente, é prematuro falar em reviravolta, mas isso é um sinal de que, pelo menos em algumas dimensões, a eficiência do modelo baseado no trio larga escala, cadeia longa e realocação está sendo questionada.

Contudo, para desenvolver uma análise da competitividade das CCAAs, é necessário decompor a eficiência em seus três fatores constituintes, identificados a seguir, com seus respectivos critérios de avaliação de desempenho.

O primeiro critério é a eficiência da logística e da organização, que pode ser descrita como a habilidade de reduzir custos de distribuição – obviamente sem gerar um aumento paralelo em custos de produção – e, portanto, a capacidade de aumentar o valor gerado para os atores nos extremos do sistema produção-distribuição-consumo (agricultores e consumidores).

O segundo critério está relacionado com a eficiência da distribuição do valor criado na cadeia de abastecimento, ou seja, se a CCAA pode remover as muitas imperfeições competitivas e distribuir o valor gerado de forma mais equitativa entre as várias etapas da cadeia de abastecimento.

O terceiro critério é a eficiência da informação, compreendida como a habilidade de transmitir atributos de qualidade complexos, atraindo a atenção de um número

cada vez maior de consumidores, de uma maneira melhor (e com um custo menor) do que ocorre em cadeias longas.

Essas dimensões não podem ser consideradas separadamente, exceto para fins expositivos. Do mesmo modo, *a priori*, nenhuma dimensão da eficiência deve ser considerada mais importante do que as outras.

Outro aspecto a considerar é a *perspectiva* a ser adotada ao avaliarem-se o desempenho e a eficiência das CCAAs. O foco pode estar na cadeia de abastecimento como um todo ou no sistema agroalimentar; podem ser avaliados sob a perspectiva do bem-estar coletivo ou de determinados participantes (*stakeholders*); e/ou em relação a objetivos específicos de políticas econômicas, agrícolas e/ou alimentares.

No contexto das CCAAs, agricultores e consumidores são as principais categorias de atores envolvidos e a eficiência dessas cadeias curtas é frequentemente medida em relação às expectativas desses atores. As expectativas dos agricultores geralmente envolvem preços, em termos de nível e de estabilidade ao longo do tempo, mas envolvem também aspectos como a habilidade de diversificar canais de venda ou consolidar relações comerciais; além disso, há outras expectativas menos “econômicas”, tais como a busca por gratificação social ou a consciência de contribuir para a proteção do meio ambiente. As expectativas dos consumidores são igualmente diversas: desde a busca por menores preços, a melhor acesso a certos tipos de produtos e certas categorias de atributos de qualidade, até um papel maior e mais proativo no sistema alimentar.

Eficiência logística-organizacional

A eficiência logístico-organizacional é o critério fundamental, a base do surgimento e consolidação do modelo de larga escala, cadeia longa e deslocalização. Sistemas de produção-distribuição-consumo realizam uma série de serviços e funções. O número de funções aumentou de forma acentuada, paralelamente ao aumento tanto da especialização agrícola como da necessidade dos consumidores por serviços, decorrente das grandes distâncias físicas entre as áreas de produção e de consumo, e da natureza não-sazonal do consumo que gera necessidade de mais estoque e processamento.

O modelo de produção e distribuição de larga escala, cadeia longa, deslocalizado (ou globalizado) alcançou êxito no fornecimento de todas essas novas funções, em comparação a modelos anteriores, e isto explica sua ampla difusão.

Ao mesmo tempo, o encurtamento da cadeia, por si só, não anula a necessidade de realizarem-se determinados serviços e funções. Antes, os redistribui entre diferentes atores, em alguns casos eliminando certos tipos de operadores ou reduzindo drasticamente seu papel (tais como varejistas ou transportadores) para a “vantagem” de outros, que devem assumir o encargo, ou que, intencionalmente renunciam ao serviço (por exemplo, decidindo não fornecer frutas e verduras fora da estação e, portanto, renunciando à função de estoque e/ou compras em diferentes partes do mundo).

Assim, em uma comparação hipotética entre cadeias de abastecimento longas e curtas, deve-se conhecer quais são as formas mais eficientes de oferecer esses serviços e se elas afetam ou não a organização da produção e as transações.

Uma primeira forma baseia-se na busca por *economias de escala*, relacionada à produção de grandes volumes na mesma unidade produtiva especializada em executar uma única função; isso possibilita maiores vantagens econômicas quando os custos fixos são muito altos em comparação aos custos totais.

Uma forma alternativa é obter *economias de escopo* (ou de variedade), alcançáveis não através da especialização em uma única função, mas pela utilização de um dado fator de produção em várias atividades (por exemplo, para um agricultor, usar sua própria força de trabalho não apenas na produção agrícola, mas também na preparação dos produtos para venda ou na própria venda dos produtos) de modo a aproveitá-la ao máximo.

Não é possível afirmar que uma entre as duas formas – economias de escala ou de escopo – tem melhor desempenho econômico do que a outra, uma vez que isso depende do tipo de negócio e de suas características específicas, bem como da facilidade com que as transações entre empresas podem ser realizadas. Custos de transação menores certamente facilitam a especialização das empresas em um ou alguns estágios/funções, uma vez que essas podem mais facilmente usar o mercado para trocar produtos semiprocessados e serviços.

Esses dois modos distintos de buscar a eficiência aplicam-se tanto à concorrência “intertipo” – entre diferentes fórmulas de distribuição e, portanto, à concorrência entre cadeias longas e cadeias curtas –, quanto à concorrência “inratipo” – entre diferentes modos dentro da mesma fórmula de distribuição, tais como os vários tipos de CCAAs.

A mudança de sistemas convencionais de produção-distribuição-consumo para os modelos de CCAAs requer, portanto, uma realocação das funções desempenhadas por atores banidos da cadeia de abastecimento (por exemplo, intermediários ou grandes varejistas), as quais precisam, pelo menos em parte, ser assumidas por atores nos extremos da mesma cadeia, tanto agricultores quanto consumidores. Esses novos papéis também podem tornar os custos tão altos a ponto de comprometer a sustentabilidade econômica dessas novas formas de organização da produção e distribuição. Os agricultores devem assumir os custos de conversão incorridos na transição para um novo modelo de organização, o que pode requerer investimentos em ativos tangíveis e intangíveis, a serem adicionados aos custos de produção do serviço de distribuição. Para os agricultores isto frequentemente envolve (Brunori et al., 2010):

- aumento do número de processos, incorrendo em custos de aprendizagem, construção de novas estruturas e reorganização das operações de negócios. Há possíveis perdas de eficiência devidas ao abandono da especialização e à menor capacidade de alcançar economias de escala;
- reativação de etapas e atividades anteriormente abandonadas: transporte, armazenamento, presença física nos mercados de varejo;
- ativação de processamento de produtos para torná-los mais estocáveis ou efetivamente vendáveis no mercado varejista;
- diversificação para atividades não estritamente agrícolas, porém úteis como apoio de vendas (por exemplo, atividades educativas, estadias rurais).

A extensão e o tipo dos custos incorridos pelo agricultor variam dependendo das características da iniciativa e da intensidade do relacionamento com os consumidores.

Os consumidores também incorrem em novos custos relativos à mudança de comportamento e das rotinas consolidadas de compra e de coleta de informações, e ao desempenho de funções e encargos que em outros canais são delegados a terceiros (por exemplo, tarefas de limpeza ou preparação de verduras) (Briamonte e Giuca, 2010; Brunori et al., 2012).

Portanto, quando a perda das economias de escala não é adequadamente compensada pelas economias de escopo, a internalização, por parte de agricultores e consumidores, das funções de distribuição executadas no modelo de “cadeia longa”, nem sempre é mais econômica do que outras modalidades de distribuição.

Para prevenir esses problemas, podem-se experimentar soluções no nível organizacional, abandonando a abordagem individual. Isso demanda iniciativas entre atores baseadas no compartilhamento de algumas etapas e tarefas de distribuição e de logística. Muitos tipos de CCAAs têm uma dimensão coletiva, seja no lado da produção, seja no do consumo. Não são só os aspectos sociais que motivam as iniciativas de organização coletiva – elas são movidas também pela busca da eficiência logístico-organizacional, a ser alcançada através da organização mais racional de certas atividades afetadas por limitações de escala mínima.

Com base na distinção entre as lógicas individual e coletiva, analisadas tanto sob a perspectiva dos consumidores quanto dos produtores, é possível mapear diferentes tipos de CCAAs que incluem desde formas bilaterais individuais (por exemplo, vendas diretas nas propriedades rurais), até formas bilaterais coletivas (por exemplo, grupos organizados de oferta e demanda – GOOD) (Figura 1). Formas intermediárias desempenham um papel de significativo em alguns países, como a Itália, onde consumidores atuam coletivamente e produtores individualmente: o principal exemplo é o dos grupos de compra conjunta (GCC), grupos informais de consumidores, algumas vezes acionados por princípios éticos (conhecidos na Itália como grupos de compra solidária), que identificam produtores capazes de cumprir com suas demandas específicas e estabelecem com esses uma relação de longa duração.

Em vista da atração dos consumidores pela ideia subjacente à cadeia curta de abastecimento alimentar, observa-se um crescimento da concorrência entre diferentes tipos de CCAAs, provocado pelo ingresso de muitos atores da indústria e da distribuição tradicionais que tentam incorporar alguns dos mecanismos de operação dessas cadeias curtas, bem como os valores da lógica de encurtamento dessas, introduzindo inovações logísticas e organizacionais. Assim, observa-se uma ênfase no “local”, aplicada por empresas de processamento e distribuição em larga escala, as quais (quando impulsionadas pela busca por autenticidade) proporcionam espaço e visibilidade para a área do ponto de venda e para produtos de origem local. Em alguns casos, grandes varejistas firmam acordo com “feiras de agricultores” oferecendo-lhes espaço para realizarem seus próprios eventos periodicamente, com o objetivo de revitalizar sua imagem (e suas vendas); enquanto algumas redes varejistas estudam a possibilidade de oferecer serviços logísticos para grupos de compra conjunta em suas lojas. Ao mesmo tempo, um número crescente de pequenos varejistas

tradicionais e operadores de *catering* (fornecimento de refeições) públicos e privados (Brunori e Galli, 2012) estão reterritorializando seus sistemas de abastecimento, a fim de oferecer melhores serviços (e uma imagem renovada) para seus clientes.

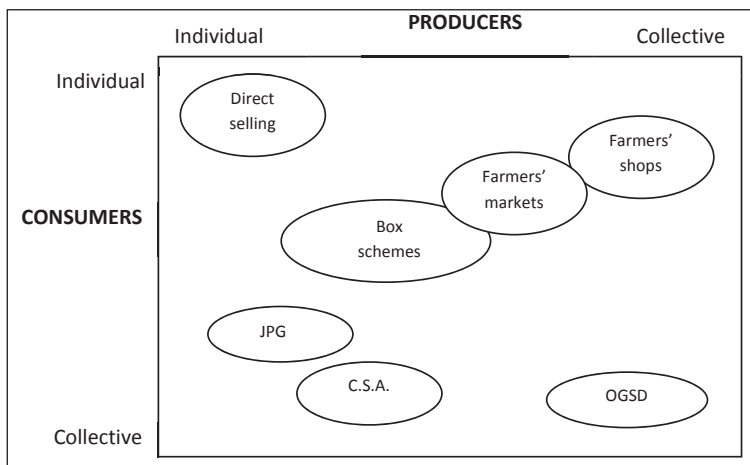


Figura 1. Mapa das iniciativas das CCAAs de acordo com a lógica individual ou coletiva.

Essa concorrência intensificada na busca por proporcionar um relacionamento mais direto entre produtor e consumidor assume naturezas e nuances muito diferentes de caso para caso, assim como o efetivo envolvimento dos agricultores difere muito (sendo, muitas vezes, praticamente ausente). Portanto, ao mesmo tempo em que se abrem oportunidades importantes para a promoção dos valores da cadeia curta, também surgem riscos de concorrência desleal (ou seja, o risco de a “falsa” cadeia curta esmagar o mercado mais “autêntico”) e, de maneira mais geral, o risco de diluição dos ideais que marcaram a primeira fase do desenvolvimento desta modalidade inovadora.

Eficiência na distribuição do valor gerado

No contexto agroalimentar há crescente atenção, tanto por parte do público em vários níveis quanto por consumidores individuais e organizados, para aspectos tais como transparência no estabelecimento dos preços dos produtos, condições de concorrência e acesso ao mercado, imperfeições na concorrência e abusos por parte de posições dominantes, os quais se refletem nos mecanismos de distribuição de valor.

Há duas dimensões a considerar na distribuição de valor: a *distribuição vertical*, ou entre diferentes estágios da cadeia de abastecimento – o que imediatamente traz à tona a questão de preços justos para agricultores –, e a *distribuição horizontal*, ou entre empresas dentro na mesma etapa da cadeia de abastecimento (por exemplo, agricultura

ou processamento) e, neste caso, a referência mais imediata é para a questão da inclusão dos atores mais vulneráveis (geralmente pequenos empreendimentos ou aqueles localizados em áreas marginais), mas que se consideram capazes de gerar amplos benefícios, inclusive de natureza não econômica (por exemplo, resultados socioeconômicos e ambientais gerados por empreendimentos agrícolas em áreas montanhosas).

Outra consideração crucial é que a distribuição de valor deve levar em conta a contribuição dos diferentes agentes econômicos para a formação não só do preço de mercado, mas também do valor econômico total dos bens. Portanto, deve considerar igualmente as externalidades geradas pelos processos de produção e troca do produto.

Para considerar adequadamente os aspectos distributivos sob a perspectiva dos agricultores, é preciso examinar os múltiplos benefícios alcançáveis por meio de CCAAs – nem todos diretamente quantificáveis em termos monetários –, que se referem aos seguintes aspectos:

- o maior preço de venda dos produtos, com o mesmo grau de processamento e de serviços incorporados ao mesmo; isso pode ser resultado de um maior equilíbrio do poder de barganha em ambos os lados da transação, mas também dos mecanismos de solidariedade de consumidores para com produtores;
- a possibilidade de aumentar o preço e o valor agregado, através do processamento e preparação do produto e de serviços associados ao mesmo pelo agricultor;
- a possibilidade de uma relação direta com consumidores, permitindo aos mesmos melhores compra e comunicação de informações, monitorando o mercado, incentivando a diferenciação de produto e a fidelidade dos clientes;
- A possibilidade de socialização e de recuperação do orgulho e da satisfação com o próprio trabalho.

Entretanto, tais benefícios potenciais correspondem a diversos possíveis custos adicionais, tanto organizacionais quanto logísticos, bem como a investimentos e aquisição de habilidades e conhecimentos.

A extensão e o tipo de benefícios e custos usufruídos por agricultores individuais variam, não apenas de acordo com as características da cadeia curta e intensidade da relação com consumidores, mas também de acordo com as características da própria unidade agrícola, especialmente no que se refere ao tamanho e à disponibilidade do fator trabalho.

No que tange à distribuição horizontal dos benefícios líquidos da cadeia curta, uma questão chave é se esta forma de comercialização pode facilitar a inclusão daqueles que foram gradualmente excluídos do modelo de larga escala, cadeia longa e deslocalização. Com base na evidência empírica disponível na literatura e também nos resultados de pesquisas conduzidas pelos autores sobre o tema, pode-se afirmar, conforme segue, que com relação aos dois perfis de reequilíbrio de espaço e reequilíbrio territorial:

- em termos de tamanho, pequenos negócios frequentemente têm dificuldades de acesso associadas a ineficiências de escala e à falta da mão-de-obra exigida para administrar a relação com os consumidores e/ou atividades de trabalho intensivo de manufatura e processamento. Assim, o “pequeno é belo” nem sempre se aplica às CCAAs e há, na verdade, um notável avanço de muitas unidades agrícolas de médio e grande porte, que desenvolvem projetos de negócios com foco em cadeias curtas ou até mesmo estabelecem um negócio com este único propósito;
- em termos de efeitos no nível territorial, as iniciativas de CCAAs frequentemente excluem precisamente aquelas empresas e áreas mais distantes das cidades, as razões de ser dessas iniciativas. Assim, o potencial de reterritorialização das CCAAs é razoavelmente pequeno.

Sob o ponto de vista da distribuição vertical de preços, argumenta-se, com frequência, que as CCAAs constituem uma forma de intercâmbio que gera benefícios econômicos para ambos os extremos da cadeia: se, por um lado, consumidores podem se beneficiar dos preços de compra mais baixos, o produtor, por sua vez, pode obter preços mais elevados do que aqueles consequentes de colocação em mercados intermediários (empresas de processamento, atacado e varejo). Mesmo neste caso, a evidência empírica não é apenas escassa, mas também contraditória e difícil de interpretar, dada a complexidade do marco conceitual. A questão do preço, na verdade, está ligada à questão do valor total e, portanto, à real capacidade para determinar não apenas o valor do uso imediato do produto, mas também seu valor social, levando em consideração externalidades associadas. A questão do preço também tem relação com a evolução estrutural do sistema econômico, uma vez que baixo nível do preço em relação aos custos deveria (em igualdade de condições, incluindo a total comparabilidade da qualidade do produto) indicar ineficiência por parte do produtor e, conseqüentemente, necessidade de inovar ou, alternativamente, deixar o setor.

Contudo, defensores das CCAAs frequentemente incentivam a transição de uma lógica de preços “altos” (para produtores) ou preços “baixos” (para consumidores), para uma lógica do preço “certo” e “justo” (Belletti et al., 2010), capaz de equilibrar as necessidades do produtor e do consumidor. Sob este aspecto, a experiência das “feiras de agricultores” ou “feiras de produtores” é significativa, especialmente onde esses mercados desfrutam de algum tipo de apoio público para se justificarem como um benefício para a comunidade.

Conveniência e alternatividade parecem ser objetivos um tanto contraditórios, uma vez que a primeira é dificilmente alcançável com relação a alimentos de maior qualidade e frescor e à preservação da tradição e do meio ambiente. A literatura acadêmica sobre as CCAAs já levantou esta questão. De maneira geral, pode-se observar uma tensão – especialmente na medida em que as CCAAs evoluem diferenciando-se (Goodman, 2004; Kirwan, 2006) – entre objetivos individualistas (típicos do sistema de mercado e do capitalismo) e objetivos coletivos (típicos de uma ação coletiva que pretende mudar o sistema capitalista através da ferramenta de mercado) (Alkon,

2008). Não obstante os objetivos transformativos que motivam a difusão de tais iniciativas, o preço ainda pode ser relevante e o interesse próprio ainda pode estar operando (Hinrichs, 2000). Consequentemente, os interesses de justiça social e de um novo modelo alimentar podem ser marginalizados pelos interesses econômicos, especialmente quando a própria existência de pequenas unidades agrícolas familiares está ameaçada. A questão aqui é saber até que ponto as CCAAs podem ser interpretadas como alternativas reais ao modelo agrícola convencional (agricultura convencional e agronegócio moderno) em torno de uma nova agenda política que vise criar sistemas alimentares ambientalmente sustentáveis, economicamente viáveis e socialmente justos, ao invés de simplesmente inserir nichos de diferenciação dentro do modelo convencional (Allen et al., 2003).

Neste contexto, a questão do preço justo ganha importância, também em razão da crescente relevância atribuída por organizações de produtores, instituições públicas e associações de consumidores à questão da solidariedade e à conveniência (Rossi, Brunori e Guidi, 2008).

Na experiência das feiras de agricultores na Toscana (Belletti et al., 2010), a legislação regional que assegura cofinanciamento a iniciativas de CCAAs (especialmente relacionadas às feiras e aos armazéns de agricultores) exige que cada uma estabeleça os procedimentos para garantir tanto o acesso dos consumidores aos produtos da Toscana como a contenção dos altos preços de produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios. Os procedimentos seguidos por diferentes iniciativas de cadeia curta têm sido muito diversos e abrangem desde a liberalização substancial dos preços, até seu monitoramento através de anúncios comparativos com os preços de outros canais locais; do compromisso com a transparência na comunicação (por exemplo, revelando os custos de produção para os consumidores), a soluções que impõem limites para promoções, com base no que é praticado em outros canais (por exemplo, mercados locais de produtos integrais, redes de varejo local, ou até mesmo preços médios nacionais no nível dos consumidores). Em alguns casos, as iniciativas das CCAAs adotam explicitamente convenções baseadas não em preço, mas no compartilhamento de uma visão comum de qualidade do produto, como é o caso em alguns mercados orgânicos ou “solidários”.

Em resumo, as evidências empíricas parecem demonstrar a coexistência de duas perspectivas diferentes para encarar a questão da equidade dos preços: a) uma perspectiva puramente econômica/individualista, onde as soluções estão baseadas nas regras de mercado, com o objetivo de obter benefícios econômicos tanto para produtores quanto para consumidores. Esta é, mais ou menos, a lógica seguida por gestores públicos, e também é a narrativa usada por sindicatos agrícolas e imprensa local; b) uma perspectiva socioeconômica e ambiental pública, onde as soluções levam em consideração os benefícios sociais e ambientais decorrentes de um sistema de produção-consumo alternativo (mudança das regras de mercado), fortemente baseada na comunicação. Esta é a posição de movimentos alimentares e camponeses, e da narrativa de organizações ambientais e culturais.

De maneira geral, a aplicação de formas de controle de preços gera problemas de implementação significativos, primeiramente, porque o negócio é privado de uma alavanca de comercialização que é essencial para a busca de objetivos específicos, sejam

eles de condições de mercado, tipo específico de produto vendido, necessidades promocionais ou estratégias de competição. A hipótese subjacente às práticas de controle de preço é a da coerência perfeita entre os atributos de qualidade do produto e os diferentes preços que correspondem a essas, algo que – conforme apontado acima – não é nada óbvio no caso de agroalimentos, especialmente no que se refere aos tipos de produtos que passam por cadeias curtas.

Eficiência informacional

O terceiro critério diz respeito à eficiência da informação, que se torna mais relevante à medida que cresce o número de consumidores envolvidos na compra de produtos agroalimentares com atributos de qualidade e confiança complexos, ou seja, atributos que não são verificáveis pelo consumidor, mesmo após o consumo do produto. Tais atributos incluem, por exemplo, a origem dos produtos (compreendida não apenas como a mera origem geográfica, mas como a conexão entre os atributos de qualidade do produto e os recursos específicos da região de produção), o fato de o processo de produção cuidar de aspectos ambientais específicos e o uso de métodos específicos de cultivo ou processamento.

A assimetria de informações ocorre com frequência neste tipo de atributo de qualidade e o mercado muitas vezes deixa de fornecer informações corretas e completas (Akerlof, 1970). Isso requer novos mecanismos de garantia, especialmente aqueles de natureza formal (certificações), os quais, no entanto, implicam altos custos e produzem efeitos de seleção adversa, excluindo determinadas categorias de sujeitos que, por sua própria natureza, não podem se adaptar facilmente à lógica formal e arcar com os investimentos necessários.

A CCAA – graças a uma interação mais direta entre produtores e consumidores – pode ser vista como uma inovação que consegue transmitir melhor (de maneira mais eficaz e com menor custo) os complexos atributos (de processo e produto), ou que consegue efetivamente transmitir informações sobre aspectos que podem não ser adequadamente “cobertos” por mecanismos formais de garantia, devido à sua complexidade e, acima de tudo, à sua especificidade (ligada ao contexto territorial ou a valores muito específicos e relacionados ao nicho).

Portanto, a cadeia curta (ou pelo menos aquelas iniciativas que proporcionam um maior envolvimento entre produtores e consumidores) pode ser considerada como uma ferramenta apropriada para promover a “diversidade” alimentar e o tipo de externalidades sociais e ambientais relacionadas ao processo de produção e comercialização de produtos alimentares (Sage, 2006). Contudo, faltam evidências empíricas sistemáticas sobre o aumento da presença de produtos de qualidade específica, sobre o maior acesso para empresas orientadas pela qualidade e sobre os benefícios econômicos em termos de menores custos de informação e garantias necessárias.

Todavia, pode-se supor que a eficiência de informação das CCAAs está positivamente relacionada à intensidade da coordenação e da interdependência das decisões entre produtores e consumidores (Figura 2): à medida que aumenta a especificidade

dos produtos comercializados, também aumentam a complexidade e intensidade de interação e a coordenação entre produtores e consumidores, a fim de reduzir os custos de transação e tornar possível o intercâmbio de atributos complexos, também através do mecanismo de transações repetidas. Em cadeias curtas como GCCs (grupos de compras conjunta), GOOD (grupos organizados de oferta e demanda) e, especialmente, ABC (agricultura de base comunitária), a interdependência da tomada de decisão entre produtor-consumidor é muito elevada e, algumas vezes, até mesmo formalizada, permitindo a troca de produtos com atributos de qualidade muito complexos a custos relativamente baixos.



Figura 2. Identificação dos tipos de iniciativas de CCAAs baseadas na intensidade da interdependência das decisões entre produtores e consumidores.

Entretanto, uma medida regulatória pode parecer apropriada, em parte para monitorar aspectos problemáticos relativos à falta de transparência ou à concorrência interna desleal, como evidenciado pelo caso das feiras de agricultores. A medida regulatória – que pode ser coletiva (autogeridas por produtores que participam da feira) ou pública (no caso de iniciativas que se beneficiam de financiamento público) – pode ter relação com as regras constitutivas do próprio mercado (regras de acesso relativas ao tipo de produtores aceitos) e/ou aos mecanismos operacionais (requisitos de divulgação de questões específicas definidas de tempos em tempos).

Observações finais

A busca pela eficiência, em suas três dimensões – organização logística, distribuição de valor e informação – é fundamental para interpretar as razões para a evolução da cadeia curta de abastecimento alimentar, mas também os problemas enfrentados pela mesma em sua atual fase de consolidação.

O desenvolvimento das CCAAs é, hoje, frequentemente dificultado pela escassez de oferta, causada pela carência de empreendimentos agrícolas locais capazes de captar as oportunidades oferecidas por este modo de exploração. A possível resposta encontra-se não apenas no nível dos empreendimentos individuais, mas também no nível de sistemas locais de abastecimento e consumo (no exemplo do Conselho de Políticas Alimentares no Reino Unido e nos EUA, ou Planos Alimentares na Itália) (Broad Leib, 2012) e, de maneira geral, no nível da organização coletiva.

Outra ameaça é o aumento da concorrência entre várias formas de CCAAs ou a entrada neste segmento de atores do varejo tradicional e de larga escala. Isso, por um lado, proporciona perspectivas de crescimento interessantes, mas, por outro, eleva o risco de trivialização da mensagem e dos valores que motivam o consumo nesse tipo de canal e, desta forma, podem sabotar seu desenvolvimento a médio e longo prazos (Brunori et al., 2009).

Uma questão importante diz respeito à dimensão ambiental – um critério fundamental à luz da crescente consciência sobre os efeitos negativos trazidos pela agricultura produtivista. O que suscita a questão de se as CCAAs serão capazes de limitar os danos ambientais gerados e, além disso, promover as externalidades positivas produzidas por alguns modelos de agricultura, em termos de aprimoramento da paisagem ou de proteção da agrobiodiversidade, por exemplo (Marino e Mastronardi, 2013).

Nesse cenário, cabe atentar para os papéis que o gestor público, nos vários níveis de gestão até o governo local, pode desempenhar neste modo de abastecimento. Pode contribuir – também através da criação de políticas agrícolas apropriadas de apoio às empresas e outras entidades para as quais a entrada na cadeia curta é uma inovação radical – para preservar o caráter original dessas cadeias, embora atendendo à necessidade de expandir a oferta e a demanda. Assim, a inovação necessita, cada vez mais, envolver políticas e governança público-privada do sistema de cadeias curtas.

Uma observação final diz respeito à urgência da construção de um marco cognitivo sobre as características e efeitos das iniciativas das CCAA, que possa apoiar a formulação de políticas, fornecendo evidências sistemáticas e objetivas sobre os impactos da cadeia curta sobre as empresas, os sistemas locais de abastecimento e sobre a distribuição territorial, a serem obtidas através de metodologias de avaliação adequadas.

Referências

- AGUGLIA, L. La filiera corta: una opportunità per agricoltori e consumatori, *Agriregionieuropa*, V, n. 17, 2009.
- AKERLOF, G. The markets for “lemons: Quality, Uncertainty and the Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, LXXXIV, 3, 1970.
- ALKON, A. H. From value to values: sustainable consumption at farmers markets, *Agricultural and Human Values*, n. 25, p. 487-498, 2008.
- ALLEN, P.; FITZSIMMONS, M.; GOODMAN, M.; WARNER, K. Shifting plates in the agrifood landscape: the tectonics of alternative agrifood initiatives in California, *Journal of Rural Studies*, n. 19, p. 61-75, 2003.

- BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A.; INNOCENTI, S.; ROSSI, A. Prezzo giusto e filiera corta: una lettura dell'esperienza dei mercati dei produttori agricoli in Toscana, *Agriregionieuropa*, VI, n. 23, 2010.
- BRIAMONTE, L.; GIUCA, S. (Org.). *Comportamenti e consumi socialmente responsabili nel sistema agroalimentare*. Roma: INEA, 2010.
- BROAD LEIB, E. (Ed.). *Good Laws, Good Food: Putting Local Food Policy to Work for Our Communities*. Harvard: Harvard Law School Food Law and Policy Clinic, 2012.
- BRUNORI, G.; GALLI, F. Verso una ristorazione scolastica italiana più sostenibile: sustainable public procurement, *Agriregionieuropa*, Anno 8, n. 29, p. 71-75, 2012.
- BRUNORI, G.; ROSSI, A.; GUIDI, F. On the new social relations around and beyond food. Analysing consumers' role and action in Gruppi di Acquisto Solidale (Solidarity Purchasing Groups). *Sociologia Ruralis*, 52(1), p. 1-30, 2012.
- BRUNORI, G.; ROSSI, A.; CERRUTI, R.; GUIDI, F. Nicchie produttive e innovazione di sistema: un'analisi secondo l'approccio delle transizioni tecnologiche attraverso il caso dei farmers' markets in Toscana, *Economia Agro-alimentare*, n. 3, 2009.
- BRUNORI, G.; ROSSI, A.; MALANDRIN, V. Co-producing transition: innovation processes in farms adhering to Solidarity-based Purchase Groups (GAS) in Tuscany, Italy, *International Journal of Sociology of Agriculture & Food*, 18(1), p. 28-53, 2010.
- COMMISSIONE CE. *I prezzi dei prodotti alimentari in Europa*. Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni, 9.12.2008, COM(2008) 821 definitivo, Bruxelles, 2008.
- COMMISSIONE CE. *Migliore funzionamento della filiera alimentare in Europa*, COM(2009)591 definitivo, Bruxelles, 2009.
- EU PARLIAMENT. Working document on Fair revenues for farmers: *A better functioning food supply chain in Europe*. Committee on Agricultural and Rural Development, Rapporteur José Bové. 25.2.2010, PE439.275v01, 2010.
- GOODMAN, D. Rural Europe Redux? Reflections on Alternative Agro-Food Networks and Paradigm Change. *Sociologia Ruralis*, v. 44, n. 1, p. 3-16, jan. 2004.
- GOODMAN, D.; DUPUIS, M. E.; GOODMAN, M. K. *Alternative Food Networks: Knowledge, Practice and Politics*. Londres: Routledge, 2011.
- HINRICHS, C. C. Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market, *Journal of Rural Studies*, n. 16, p. 295-303, 2000.
- KING, R. P.; HAND, M. S.; DIGIACOMO, G.; CLANCY, K.; GÓMEZ, M. I.; HARDESTY, S. D.; LEV, L.; McLAUGHLIN, L. W. *Comparing the Structure, Size, and Performance of Local and Mainstream Food Supply Chains*, USDA Economic Research Service, Report n. 29, June, 2010
- KIRWAN, J. The interpersonal world of direct marketing: conventions of quality at UK Farmers' Markets, *Journal of Rural Studies*, 22(3), p. 301-312, jul. 2006.
- KNEAFSEY, M.; VENN, L.; SCHMUTZ, U.; BALAZS, B.; TRENCHARD, L.; EYDEN-WOOD, T.; BOS, E.; SUTTON, G.; BLACKETT, M. *Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU*. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics. Scientific and Policy Report, European Commission, Joint Research Centre. Luxembourg: Institute for Prospective Technological Studies, 2013.
- LAMINE, C. Settling Shared Uncertainties: Local Partnerships Between Producers and Consumers. *Sociologia Ruralis*, 45(4), p. 324-345, oct. 2005.

- MARINO, D.; MASTRONARDI, L. The environmental aspects of the short chain: the results of a direct survey of farmers' markets in Italy. In: GIARÈ, F.; GIUCA, S. (Ed.). *Farmers and short chain. Legal profiles and socio-economic dynamics*. Roma: INEA, 2013, p.63-87.
- MARSDEN, T. K.; ARCE, A. Constructing quality: emerging food networks in the rural transition. *Environment and Planning*, 27(8), p. 1261-1279, 1995.
- MARTINEZ, S.; HAND, M.; DA PRA, M.; POLLACK, S.; VOGEL, S.; CLARK, S.; LOHR, R.; LOW, S.; NEWMAN, C.; RALSTON, K.; SMITH, T. *Local Food Systems. Concepts, Impacts, and Issues*. USDA Economic Research Service, Report n. 97, May 2010.
- McGARRY, M.; SPITTLER, A.; AHERN, J. A profile of farmers' market consumers and the perceived advantages of produce sold at farmers' markets. *Journal of Food Distribution Research*, 36(1), p. 192-201, 2005.
- MOUNT, P. Growing local food: scale and local food systems governance, *Agriculture and Human Values*, n. 29, p. 107-121, 2012.
- ROSSI, A.; BRUNORI, G.; GUIDI, F. I mercati contadini: un'esperienza di innovazione di fronte ai dilemmi della crescita. *Rivista di Diritto Alimentare*, 3(3), p. 21-26, lug.-set. 2008.
- SAGE, C. La qualità nelle reti alternative di produzione alimentare: convenzioni, normative, governance. In: CAVAZZANI, A.; GAUDIO, G.; SIVINI, S. (Org.). *Politiche, governance e innovazione per le aree rurali*. Napoli: INEA Studi e Ricerche, Edizioni Scientifiche Italiane, 2006, p. 491-504.
- SLEE, B.; KIRWAN, J. *Exploring hybridity in food supply chains*, 105th EAAE Seminar 'International Marketing and International Trade of Quality Food Products', Bologna, Italy, March 8-10, 2007.
- WATTS, D. C. H.; ILBERY, B.; MAYE, D. Making reconections in agro-food geography: alternative systems of food provision. *Progress in Human Geography*, 29(1), p. 22-40, 2005.

Contribuições metodológicas para análise das cadeias curtas de produção: os ganhos da comparação e da causalidade

Moisés Villamil Balestro

Introdução

A ideia deste capítulo nasce da percepção de uma lacuna identificada nos estudos empíricos em temas mais recentes do desenvolvimento rural, como é o das cadeias curtas de produção. Não se trata de apresentar uma relação de técnicas de pesquisa, mas de introduzir e problematizar o método enquanto articulação entre teoria e empiria.

Neste sentido, o trabalho possui um duplo objetivo. O primeiro é sensibilizar os estudiosos do tema para método comparativo e estudo qualitativo de causalidade. Em geral, eles possuem uma miríade de formações acadêmicas, variando entre economia, sociologia, engenharia de produção, agronomia, veterinária e zootecnia. Já a metodologia comparativa está mais consolidada na ciência política e nas relações internacionais, mas não nos estudos de desenvolvimento rural. As contribuições da

metodologia comparativa orientada ao caso e dos estudos de causalidade qualitativos apresentadas neste capítulo procuraram apresentar o estado da arte destes desenhos de pesquisa.

O segundo objetivo é apresentar diretrizes e possibilidades de uso destas contribuições para o tema das cadeias curtas de produção. Não se trata de uma descrição exaustiva destes métodos de análise, mas da introdução e discussão dos conceitos principais. A lógica desta análise é vista de forma a permitir que o leitor saiba os ganhos deste tipo de análise e os propósitos de pesquisa que ela atende melhor. Além disso, o capítulo fornece os elementos e as referências necessárias para aprofundamentos posteriores.

A estrutura do capítulo procurou encadear o conceito de cadeias curtas e suas dimensões analíticas com a comparação como construção de conhecimento e os estudos qualitativos de causalidade. Embora possa ser redundante com outros capítulos do livro, foi necessário rever os conceitos seminais destas cadeias produtivas. Ao rever o conceito e suas dimensões analíticas, as contribuições metodológicas da comparação e da causalidade para a pesquisa empírica tornam-se mais claras.

O capítulo está dividido em duas seções. A primeira seção procurou apresentar algo do estado da arte na literatura sobre cadeias curtas de produção, explorando o conceito deste tipo de arranjo e as principais dimensões de análise a serem consideradas. A seção seguinte traz o desenho comparativo orientado ao caso e a causalidade em estudos qualitativos. Por fim, são apresentados dois métodos cuja ênfase está centrada no entendimento de processos de causalidade em estudos de caso comparativos.

Conceito e dimensões analíticas de cadeias curtas de produção

A definição operacional ancorada nos artigos seminais de Marsden e colegas (2000) e Renting et al. (2003) e também adotada pela Comissão Europeia é de que cadeias curtas são aquelas em que os alimentos são identificados e atribuídos a um produtor, de forma que o número de intermediários entre o produtor/agricultor e consumidor seja mínimo ou idealmente nenhum (Kneafsey et al., 2013).

Marsden e colegas (2000) apontam duas características fundamentais para cadeias curtas. A primeira é a capacidade ressocializar ou reespecializar o alimento, permitindo ao consumidor formar juízos de valor sobre o desejo de consumir produtos a partir do seu conhecimento e experiência. Ressocializar pode ser entendido, na perspectiva de Polanyi (2000), como aumentar a relevância dos fatores sociais e culturais nas transações de mercado. Para Polanyi, um mercado imbricado indica que mercados são sempre organizados por meio de práticas sociais e processos políticos (Block e Somers, 2014). A segunda característica tem conexão direta com a natureza relacional dos mercados no sentido de Zelizer (2011). Esta característica destaca a ênfase no relacionamento entre produtores e consumidores neste tipo de cadeia. Algo que desempenha um papel na construção de valor e sentido que vai além do produto *stricto sensu*.

Os autores também identificam três tipos de cadeias curtas de produção que seguem pautando os estudos empíricos até hoje. São elas: face a face, quando o con-

sumidor compra diretamente do produtor em uma interação direta, proximidade espacial quando produtos são produzidos e comercializados em uma região específica e espacialmente estendida, acontece sempre que as informações sobre o produto, como por exemplo, onde ele é produzido, são passadas ao consumidor que está fora da região de produção.

Pode-se dizer que a definição operacional se insere em um conceito mais amplo de 'autonomia'. A autonomia envolve dois processos fundamentais para fortalecer a agência dos agricultores familiares. De um lado, ela implica uma menor dependência em relação aos insumos produzidos e um maior controle sobre o processo produtivo. Algo que se torna mais evidente em sistemas de produção alternativos ao chamado 'pacote tecnológico' do paradigma da agricultura moderna. Essencialmente, o maior controle sobre o processo produtivo implica um maior espaço para o conhecimento acumulado pelo produtor, no manejo e na combinação dos fatores de produção da propriedade. Em outros termos, o maior controle sobre o processo produtivo confere um peso maior ao conhecimento tácito do produtor (Polanyi, 1983). Trata-se de um conhecimento relacionado ao agir, ao saber fazer, aos processos de tentativa e erro e particularmente vinculado a processos de socialização.

De outro, a autonomia implica uma menor dependência de firmas ou estruturas hierárquicas (Williamson, 1985) para acessar aos mercados e maior controle sobre a ação econômica e social para construir mercados. Seria equivocado falar em uma menor dependência dos mercados, pois a condição camponesa atual ou recampesinização no sentido conferido por Ploeg (2008) não é algo estático e não implica um afastamento dos mercados em geral. Aliás, aqui vale o ditado latino *e pluribus unum* às avessas. Ou seja, o mercado são vários mercados com distintos atores, estruturas sociais e estruturas de governança.

Nas cadeias curtas de produção, o maior controle sobre a ação social e econômica de construir mercados depende do relacionamento construído com consumidores e da criação e desenvolvimento dos recursos da propriedade. O relacionamento de mercado com os consumidores tende a ser acompanhado por elementos relacionais presentes na confiança interpessoal ou mesmo na confiança baseada em instituições, tais como organizações coletivas ou redes de produtores, que logram construir uma reputação simbólica para os produtos comercializados. Trata-se de uma reputação que os associa a signos de alimento saudável e socialmente justo. Para Zelizer (2011), a natureza relacional das transações de mercado pode ser vista a partir dos vínculos sociais, como as conexões entre indivíduos, grupos envolvidos na atividade econômica, interações e práticas sociais na circulação dos bens e serviços e os significados negociados. São considerados ainda entendimentos dos participantes do mercado em questão sobre os significados das relações de troca com o processo constante de negociação, modificação e contestação dos significados.

A autonomia permite a criação e desenvolvimento de uma base de recursos autocontrolada e autogerenciada (Ploeg, 2008). A construção da base de recursos depende da interação dos produtores com os recursos naturais da propriedade e com os recursos presentes nas redes sociais nas quais os produtores estão inseridos, além da interação com outros atores que constituem parte integrante dos mercados das cadeias curtas. Os

recursos das redes sociais são a essência do capital social. Sinteticamente, ele pode ser definido como o acesso a recursos presentes nas redes sociais das quais os atores fazem parte (Balestro, 2006). Em relação aos recursos da propriedade, sua heterogeneidade e diferentes formas de utilização, vale recuperar uma citação de Chayanov feita por Ploeg (2013) em uma obra do teórico russo ainda pouco conhecida no Brasil. Nesta citação, Chayanov menciona que:

A individualidade do produtor direto, sua energia criativa, as particularidades da propriedade e a qualidade dos campos indicam que a propriedade individual sempre desviará do tipo médio. A curiosidade e a busca por novas soluções caracterizam todos os agricultores. Consequentemente, todas as propriedades estão numa condição cinética, em permanente mudança devido aos experimentos, buscas e tentativas criativas amplamente disseminadas (Chayanov apud Ploeg, 2013, p. 65, tradução minha).

A autonomia também depende da ação deliberada do produtor envolvido nas cadeias curtas de produção. Assim, é fundamental que o conceito de agência seja definido para orientar os estudos empíricos sobre cadeias curtas. A agência expressa uma condição mais de atividade do que de passividade. Ela se refere à experiência de agir, fazer coisas, fazer as coisas acontecerem, exercer poder, ser o sujeito dos eventos ou controlar coisas (Hewson, 2010). De forma complementar, Long (2001) assevera que a agência se refere a possibilidade de conhecer, à capacidade e imbricamento social associado aos atos de ‘fazer algo’ que impacta e molda nossas próprias ações e interpretações, assim como as dos outros. A agência estratégica, por sua vez, significa o envolvimento de muitos atores no projeto de uma ou outras pessoas. O caráter estratégico da agência para Long implica a interação e coordenação entre atores múltiplos.

É importante sublinhar que a definição de agência de Long (2001) acrescenta o conceito de imbricamento (*embeddedness*). Ou seja, tanto a ação como os motivos da ação ligados à racionalidade do ator constituem parte de um contexto com elementos que podem restringir ou facilitar a ação.

Segundo este entendimento, agência pode ser classificada em três tipos,

a) agência individual: ação dos indivíduos em um nível micro, seja na esfera privada ou na esfera pública;

b) agência *proxy*: o agente atua em função ou no lugar de outro. O exemplo clássico são os trabalhadores que agem sob o comando dos empregadores. Este tipo de agência é claro nas relações entre trabalhadores e gerentes e entre gerentes e proprietários de empresas (na Nova Economia Institucional é chamado de Teoria da Agência);

c) agência coletiva: ao colaborar os indivíduos criam identidades coletivas. Exemplos de agências coletivas são firmas, classes e movimentos sociais. A agência coletiva necessita um certo grau de coerência e partilha de valores e sentidos de ação para obter êxito.

Segundo Hewson (2010), a agência tem três fundamentos de ação; a intencionalidade, o poder e a racionalidade. Nem toda a ação é consciente e dotada de propósito, mas ao atuar com propósito e com intencionalidade a ação é também agência. Já o poder de agência deriva da capacidade de alavancar recursos e capacidades para

empreender ação. Por fim, a racionalidade implica o cálculo racional do ator na relação do tipo e da quantidade de meios necessários para atingir determinados fins. Ao agir para produzir certos efeitos, os agentes precisam refletir sobre as circunstâncias e monitorar as consequências das ações.

No caso das cadeias curtas de produção, ambas as agências coletiva e individual são fundamentais. Na dimensão da autonomia em relação aos insumos e a construção e utilização da base de recursos da propriedade, a agência individual do produtor é decisiva. No entanto, na dimensão da autonomia associada ao processo de construção social de mercado, a agência coletiva ocupa um lugar proeminente, pois a natureza relacional dos mercados e os mecanismos pelos quais eles são construídos são essencialmente coletivos. O poder de alavancar recursos políticos, culturais e econômicos para fortalecer a ação econômica e social também depende da agência coletiva.

Alguns trabalhos empíricos de construção social de mercado destacam a organização coletiva para a comercialização de produtos coloniais ou produtos típicos. A construção de mercado também é relevante para construir símbolos de qualidade e formas de certificação que permitem fortalecer o poder de barganha e a posição comercial dos agricultores e para as interações entre agricultores para troca de informações técnicas (Ferrari e Schneider, 2015; Lucas et al., 2014; Vários, 2013; Scarabelot e Schneider, 2012).

A seguir, com base no conceito seminal de Cadeia Curta de Produção (CCC), a próxima parte apresenta as principais dimensões de análise para entender suas características, dinâmica e até mesmo diferenças em relação às cadeias produtivas convencionais dominadas por grandes corporações.

Dimensões analíticas em estudos de Cadeias Curtas de Produção (CCCs)

As dimensões analíticas constituem as variáveis explicativas para caracterizar as cadeias curtas de produção. Considerando a máxima metodológica de que os conceitos devem ser discriminantes, é importante identificar os atributos e as propriedades das cadeias curtas de produção. Evidentemente, não se trata de restringir as variáveis explicativas apresentadas ao fenômeno das cadeias curtas de produção, pois alguns dos conceitos que fazem parte das dimensões analíticas também poderiam ser utilizados para a análise de cadeias produtivas convencionais. Algumas das dimensões vão além da caracterização e podem ser consideradas condições causais para explicar resultados ou impactos das cadeias curtas de produção.

Renting e colegas (2003) identificam duas dimensões principais nas cadeias curtas de produção. A primeira diz respeito aos mecanismos gerados nas cadeias curtas de produção para entender as relações no tempo e no espaço. Em outros termos, o processo de passagem, quando ocorre, de um tipo de interação face a face entre produtor e consumidor para relações espacialmente estendidas. A segunda dimensão tem a ver com as diferentes definições e convenções de qualidade.

Para a interação entre produtor e consumidor, as vendas diretas podem ocorrer na propriedade, por meio de feiras de produtores, entregas de cestas à domicílio ou vendas pela internet. Nas relações de proximidade espacial, pode haver cooperação

entre produtores para comercialização em lojas próximas em que vários produtos são vendidos sob uma marca regional comum. Uma outra forma são cooperativas de consumidores que se organizam para comprar dos produtores locais. A natureza local do produto fica expressa nos pontos de venda. Nestas relações de proximidade, há geralmente o envolvimento de outros atores, tais como lojas e restaurantes ou mesmo organizações vinculadas ao turismo local (França e Balestro, 2013).

No caso das relações estendidas no tempo e no espaço, os produtos são vendidos para consumidores fora da região de produção e que não possuem uma experiência com a região onde eles são produzidos. São especialidades regionais, cujos mercados podem se situar em outras regiões do país ou até mesmo em outras partes do mundo. As cadeias ainda são consideradas curtas pelo fato dos consumidores terem informações sobre os produtores, a região e os métodos de produção. Tais informações tornam estes produtos diferenciados dos produtos industrializados homogêneos e comoditizados. O grande problema deste tipo de cadeia curta é a reputação e a coordenação entre os atores envolvidos, para que as convenções de qualidade tenham credibilidade junto aos consumidores. Para a agência do produtor, ela pode ter um efeito negativo ao conferir maior proeminência ao papel do *tertius*. Ou seja, um outro ator responsável por um selo, marca ou convenção que assegure a reputação e credibilidade do produto.

A segunda dimensão possui duas variáveis. A primeira é o vínculo entre os atributos de qualidade do produto e o lugar de produção. Ou seja, o local é um atributo *per se*. As condições naturais e as tradições culturais são dispositivos essenciais para definir a qualidade do produto. A segunda variável são os processos de produção associados às preocupações ecológicas, ambientais e culturais dos consumidores. Para além dos selos de 'orgânico', a variável inclui produtos tidos como mais naturais, mais em sintonia com a preservação de tradições culturais ou da paisagem. Assim, uma variável expressa a qualidade vista por atributos geográficos e a outra expressa a qualidade vista por atributos ambientais e naturais fundamentalmente.

Organizando em tipos de relações espaciais para comparar os atributos de uma cadeia agroalimentar convencional com uma cadeia agroalimentar alternativa, Sonnino e Marsden (2006) também contribuem com questões que poderiam ser consideradas dimensões de análise das cadeias curtas de produção, como mostra o Quadro 1.

Neste mesmo trabalho de 2006, Sonnino e Marsden destacam uma segunda fase de pesquisas em CCCs. Esta fase contribui para entender melhor os espaços nos quais elas surgem, evoluem e competem com cadeias convencionais. As cadeias curtas permitiriam reconfigurar as bases de recursos dos espaços rurais.

A partir da relação entre construção social de mercado e cadeias curtas de produção, Ferrari (2011) identifica três trajetórias de construção de cadeias curtas de produção. Embora sejam analiticamente separadas, as três trajetórias podem se entrelaçar em distintos casos de cadeias curtas de produção. As trajetórias são a inovação na cadeia, a diferenciação de produtos e o enraizamento territorial.

A inovação, mais precisamente entendida como produção de novidades (*novelty production*) no sentido de Ploeg e colegas (2004), é um processo altamente localizado, dependente dos repertórios culturais locais e do ecossistema local. Diferentemente da

inovação schumpeteriana associada ao processo de acumulação de capital, a produção de novidade é algo que sempre caracterizou a coevolução entre agricultores e os fatores de produção terra, trabalho e instrumentos de produção. Ela também depende de um conhecimento produzido localmente ou de soluções, mesmo organizacionais, que não são sempre passíveis de serem generalizadas a outros contextos. Ainda para Ploeg e colegas (2004), a produção de novidades possui, tal como o processo de inovação, uma natureza evolucionária em que as rotinas são muito importantes. As rotinas são capacidades comportamentais armazenadas de um agir coletivo diante de certos estímulos (Hodgson, 2008) que, neste caso, podem ser entendidos como necessidades de resolver problemas na produção e comercialização a partir da base de recursos disponível.

QUADRO 1
Dimensões de análise para Cadeias Curtas de Produção

Dimensão	Descrição
Relações dos produtores	<ul style="list-style-type: none"> • ênfase na qualidade - produtores encontram estratégias para capturar valor do <i>terroir</i> ou do processo de produção • novas associações de produtores • novos nichos espaciais sociotécnicos
Relações dos consumidores	<ul style="list-style-type: none"> • conhecimento do local, produto e processo de produção pelo consumidor varia do espectro que vai da interação face a face às relações espaciais e temporais estendidas
Processamento e varejo	<ul style="list-style-type: none"> • processamento e comercialização local com alto grau de diversificação. Produtos são rastreados ao nível do produtor e transparentes. As qualidades são espacialmente referenciadas
Arquiteturas institucionais	<ul style="list-style-type: none"> • facilitação do governo local na construção da nova rede e da nova infraestrutura. Apoio de programas e políticas públicas
Arquiteturas associativas	<ul style="list-style-type: none"> • relacional, baseado na confiança e fundamentado regionalmente. Organizado em rede e não de forma linear como em cadeias convencionais. Existência de processo de competição e colaboração

Fonte: Adaptado de Sonnino e Marsden (2006).

Na trajetória da diferenciação, os processos para diferenciar os produtos derivam da reconfiguração dos recursos produtivos e sociais para uma redescoberta ou desvelamento de atributos tradicionais (Ferrari, 2011). Neste sentido, a diferenciação se vincula com a terceira trajetória de enraizamento territorial. O enraizamento territorial é também um processo de reimbricamento dos produtos (*re-embedding*). Por sua vez, as trajetórias de diferenciação e de enraizamento dependem de dispositivos de valoração no sentido de Karpik (2010), pois tais processos só fazem sentido para a construção de mercado quando são qualidades valoradas pelos consumidores.

Por fim, vale acrescentar uma última dimensão analítica às cadeias curtas de produção. Esta dimensão não está restrita ao objeto das cadeias curtas, mas certamente é importante para entender processos de aprendizado social que ocorrem

na cadeia. Trata-se da dimensão da governança reflexiva que, para Marsden (2013) ocorre quando:

a) os arranjos institucionais envolvem atores de vários níveis de governança e de várias origens epistêmicas, tais como produtores, ONGs de assistência técnica, organizações de apoio à comercialização e executores das políticas públicas;

b) existe um esforço para refletir e adaptar as crenças normativas e cognitivas presentes nas mudanças organizacionais. São exemplos disso as mudanças para alterar a maneira de comercializar os produtos, a transição para sistemas de produção agroecológicos ou não convencionais e mudanças na visão de agricultura e das práticas adequadas de produzir;

c) há formas que levem em conta e reconheçam entendimentos e enquadramentos alternativos para os problemas existentes;

d) há tentativa de integrar abordagens múltiplas para as soluções dos problemas;

e) ocorrem processos de aprendizado de segunda ordem com consciência e capacidade de mudar os esquemas interpretativos.

Além das dimensões analíticas das CCCs, cabe explicitar o que seriam as variáveis respostas nos estudos deste tipo de cadeia. Com o emprego da metodologia comparativa orientado ao caso e dos processos ou mecanismos de causação, os resultados que poderiam ser explicados no âmbito destas cadeias são a criação de novos mercados na agricultura familiar, o aumento da sustentabilidade na produção, transformação e comercialização e a melhoria das condições sociais e econômicas dos agricultores familiares. Outros exemplos de variáveis respostas (dependentes) para os estudos de caso comparados em CCCs são a longevidade e o crescimento destes arranjos.

Desenho comparativo e causalidade: o potencial da comparação e dos mecanismos causais em estudos sobre Cadeias Curtas de Produção

Os estudos empíricos sobre cadeias curtas de produção têm se caracterizado por estudos de caso e estudos comparativos de casos. Nos estudos de caso, são utilizadas técnicas de coleta de dados qualitativas e quantitativas, por meio de entrevistas em profundidade, grupos focais com consumidores e com produtores, aplicação de questionários fechados para tratamento quantitativo, informações sobre a propriedade obtida por medições diretas ou mesmo dados agregados obtidos por meio de organizações associativas e cooperativas. Adicionalmente, são analisados documentos na forma de material de divulgação (*folders* e panfletos), cartas de princípio de alguma rede ou cooperativa vinculada a CCC, atas de reuniões e documentos das políticas públicas (projetos e programas associados às cadeias).

Também são considerados registros de observação direta na forma de fotos e vídeos de equipamentos, processos de produção e de transformação de produtos de origem agrícola e pecuária. No entanto, as técnicas de coleta de dados não podem ser confundidas com os desenhos de pesquisa de um modo geral, especialmente quando se considera o método.

Por definição, o método é a articulação entre teoria e empiria. A articulação entre teoria e empiria requer alguns passos fundamentais para o desenho da pesquisa. São três os passos essenciais e estão interligados: objetivos da pesquisa em sentido amplo (exploração, descrição, explicação, geração e teste de teorias, etc.), operacionalização e tratamento dos dados de acordo com os objetivos.

No plano metodológico e epistemológico, os objetivos da pesquisa constituem o vetor de sofisticação e aumento de complexidade do método. Sem colocar uma muralha da China entre ambos, uma primeira separação ocorre entre o objetivo de pesquisa de descrição ou de explicação. Como advertência, King e colegas (1994) lembram que não se pode construir explicações causais relevantes sem uma boa descrição. Por outro lado, a descrição perde seu interesse a menos que esteja vinculada a algumas relações causais (King, Keohane e Verba, 1994). A afirmação dos autores é controversa, porque muitos dos estudos de causalidade em ciências sociais estiveram vinculados a uma tradição positivista portadora da utopia de encontrar leis ou relações causais típicas das ciências naturais. Este foi o caso do clássico de Hempel (1965) sobre a explicação científica, ao enfatizar o papel das leis nomotéticas na explicação científica em ciências sociais.

Ainda assim, em termos didáticos, é válida a separação entre o objetivo de descrever e o de explicar. A pesquisa descritiva, às vezes vista como algo menor, é geralmente o primeiro passo para o entendimento do fenômeno e a busca de um desenho de pesquisa explicativa subsequente. Este, em larga medida, foi o caso dos estudos iniciais sobre as cadeias curtas de produção; explorar, descrever e classificar. A descrição pode ser mais empírica ou mais conceitual (De Vaus, 2001). Por exemplo, descrever os produtos comercializados em uma cadeia curta, o número de produtores envolvidos e a renda dos produtores é algo mais empírico. No entanto, descrever o grau de autonomia dos produtores, as estratégias para reduzir custos de produção e as ações para criar novos mercados é algo bem mais conceitual.

A pesquisa explicativa parte de uma questão envolvendo o porquê do fenômeno. Responder o porquê envolve explicações causais (que será objeto de discussão mais adiante neste capítulo). Em outros termos, o fenômeno Y é afetado pelo fato X. Algumas relações causais são diretas. Outras são indiretas mediadas por outras variáveis e fatores. Há também relações complexas com relações causais diretas e indiretas (De Vaus, 2001). Um exemplo de pergunta de pesquisa explicativa em uma cadeia curta de produção poderia ser quais fatores explicam as mudanças nas estratégias dos produtores para reduzir os custos de produção.

Em relação direta com a teoria, os objetivos podem ser de construir ou testar teorias. A construção de teoria se vale de um processo indutivo de construir esquemas/modelos de análise a serem testados em pesquisas futuras. O processo indutivo vai da análise das observações para o refinamento ou aperfeiçoamento de um esquema analítico a ser testado em estudos posteriores. Não se trata de partir da pura observação, porque mesmo as observações mais empíricas não são adequadamente enxergadas quando desprovidas de teoria e conceitos prévios. Seguindo a máxima do antropólogo Roberto Cardoso de Oliveira (2000), o olhar é sempre um olhar disciplinado por conceitos e teorias. Ferrari (2011) identificou três trajetórias de construção de cadeias

curtas de produção (inovação, diferenciação e enraizamento territorial). Investigar a relação entre estas trajetórias e os impactos sociais e ambientais nas cadeias seria uma possibilidade de teste de teoria. O teste de teoria é um movimento do geral ao particular em que o modelo de análise ou modelo conceitual já está definido. Testa-se teoria por meio de um processo dedutivo, que vai dos conceitos à sua verificação na realidade.

O segundo passo é a operacionalização dos conceitos. Isto significa a transformação dos conceitos em variáveis empíricas ou em medidas que possam ser observadas. A operacionalização é a formulação ou uso de um conceito em termos de indicadores mensuráveis ou de hipóteses testáveis (Gerring, 2007). Há três momentos de operacionalização: a especificação do modelo conceitual, indicadores empíricos (não necessariamente quantitativos) e os geradores dos dados (Doorewaard, 2010). No modelo conceitual, o pesquisador define os conceitos centrais da pesquisa, identifica as variáveis explicativas e as variáveis ou resultados que ele quer explicar ou responder. Além da relação entre variáveis explicativas (independentes) e variáveis respostas (dependentes), o modelo conceitual pode incluir as variáveis intervenientes ou moderadoras.

Em um segundo momento, o pesquisador precisa determinar os indicadores ou elementos empiricamente verificáveis que correspondem ao modelo conceitual (Doorewaard, 2010). Por exemplo, a quantidade monetária ou física de produtos que são comercializados face a face em feiras ou vendas diretas do produtor. O elemento empiricamente verificável não precisa ser mensurado, mas verificado e registrado. É o caso da análise das narrativas de consumidores e produtores sobre as associações entre aspectos culturais do produto (*terroir*, história, tradições) e as estratégias de comercialização em cadeias curtas de produção.

O terceiro momento da operacionalização é quando o pesquisador desenvolve os geradores de dados para cada indicador. No uso de uma *técnica quantitativa no estudo de caso, geralmente são perguntas ou itens de um questionário aplicado em um survey*. Desde variáveis de perfil como idade do produtor, sexo, renda média familiar, escolaridade até variáveis que expressam conceitos mais complexos como autonomia por meio da maior utilização dos recursos da propriedade. A maior utilização de insumos da propriedade pode ser operacionalizada com perguntas diretas sobre tipos de insumo da propriedade utilizados. Também pode ser operacionalizado com itens menos diretos, como os relacionados com percepção do produtor sobre a relação entre produção orgânica e dependência do produtor em relação ao mercado ou ao que ele necessita comprar.

Em larga medida, os estudos empíricos sobre cadeias curtas de produção ainda não são muito detalhados nos procedimentos metodológicos. A análise dos dados inclui também uma organização dos dados para dar coerência aos objetivos da pesquisa. Os objetivos de explicação e de teste de relações entre conceitos remete às técnicas que se propõem entender a causalidade na pesquisa social.

De maneira mais elementar, a causalidade pode ser definida como a constante *e*/ou suficiente conjunção entre causa e efeito, de modo que os efeitos seguem as causas no sentido conferido por Hume ao conceito de causa. Para Hume (apud Goertz e Mahoney, 2012), uma causa é um objeto seguido por outro, e onde todos os objetos

semelhantes ao primeiro são seguidos pelos objetos semelhantes ao segundo. Por sua vez, a ausência do primeiro objeto implica a inexistência do segundo. Esta segunda definição da causa sugere o contrafactual. Pelo contrafactual, cuja busca é importante na lógica da comparação, a ausência de uma causa conduz à ausência de um resultado.

Os vários sinônimos para o vocábulo 'causa' geram alguma confusão. A causa pode ser referida como um fator causal, uma condição, uma covariável, uma variável explicativa, um explanando, um insumo, uma intervenção, um preditor ou um tratamento (Gerring, 2012).

Apesar da terminologia, uma definição basilar tem a ver com a presença/ausência de um resultado *Y* em função da presença/ausência de um ou mais fatores *X*(s). Se for pensado como covariação considerando a intensidade do resultado e dos fatores causais, então uma mudança em *X* implica uma mudança em *Y*, relativamente ao que seria a mudança de *Y* sem a presença de *X*. Ou seja, a mudança em *Y* não teria ocorrido sem a ação de *X*. Nos desenhos de pesquisa comparativa qualitativa (*Qualitative Comparative Analysis*), ambos presença/ausência (*crisp-set*) e intensidade (*fuzzy-set*) são considerados no estudo das condições causais.

A combinação de estudos comparativos orientados ao caso (Ragin, 1989) com o estudo de mecanismos causais ao exemplo daqueles que podem ser identificados no uso do *process-tracing* parecem técnicas promissoras para dar um passo adiante nos desenhos de pesquisa sobre cadeias curtas de produção, incluindo o entendimento das condições causais que produzem determinados resultados nas cadeias.

Desenho comparativo orientado ao caso

Muitos dos trabalhos empíricos sobre CCCs realizados são estudos de caso. Alguns são estudos de casos múltiplos (*multiple case studies*), que às vezes apresentam a ideia de comparação no título ou resumo do trabalho, mas não tratam a comparação como uma estratégia metodológica para a construção dos conhecimentos sobre as CCCs. Quando a comparação se torna algo autoexplicativa sem fazer uso da metodologia comparativa, há limites para que os casos comparados possam produzir um entendimento mais profundo do fenômeno.

Como ponto de partida, pode-se considerar as perguntas chaves da comparação feitas por Morlino (2013): por que comparar, o que comparar e como comparar. Para este autor, o porquê da comparação possui três funções ou objetivos. A primeira é uma função descritiva, em que a análise de diferentes países ou casos (lembrando que os casos podem ser em diferentes regiões do mesmo país) permite conhecer mais sobre o fenômeno estudado.

A segunda função possui explicitamente um objetivo explicativo e possui o propósito de aumentar a validade externa (capacidade de generalização) de uma determinada hipótese. Ou seja, se a relação teórica entre os conceitos é mantida nos diferentes casos analisados, a hipótese revela-se mais robusta e com maior capacidade de generalização. O acréscimo de mais casos permite, neste sentido, testar explicações. A comparação serve para controlar hipóteses explicativas que se revelam mais

consistentes. Os casos comparados podem servir como casos ou variáveis de controle. Por exemplo, casos nos quais as variáveis explicativas relacionadas com o conceito de maior autonomia do produtor estão presentes e os resultados foram diferentes dos outros casos.

Por fim, a terceira função é a de aplicação (Morlino, 2013). Nesta função, são estudados problemas semelhantes em diferentes contextos institucionais, bem como as soluções adotadas em cada um dos contextos. As soluções adotadas podem ser pensadas como políticas públicas desenhadas e implementadas em diferentes países ou localidades. O foco é ter uma ideia mais precisa do impacto de certas políticas em outros contextos, preferencialmente semelhantes.

A pergunta de 'o que comparar' depende do quadro teórico e da abordagem utilizada. Costuma-se dizer que na comparação é sim possível comparar laranjas e bananas. Por mais que as unidades de análise não sejam homogêneas (agricultores familiares em um caso e grandes produtores em outro), os casos podem ser comparados considerando a especificação da hipótese. Uma hipótese construída a partir de conceitos como autonomia e reterritorialização pode comparar unidades de análise não homogêneas, desde que os processos e mecanismos que caracterizam tais conceitos estejam presentes.

O que comparar requer a escolha do número de casos e quais casos serão utilizados. Como lembra Morlino (2013), a escolha deve ser equilibrada. Um maior número de casos torna a análise mais rica e a pesquisa produz resultados importantes. No entanto, um maior número de casos implica um maior número de variáveis intervenientes (variáveis que não fazem parte do esquema analítico, mas influenciam no resultado). De um modo geral, a quantidade de casos, assim como a escolha de quais casos depende das hipóteses da pesquisa. Em desenhos comparativos centrados no caso, não se aplica o critério amostral inferencial das pesquisas quantitativas.

Antes de seguir para as considerações de Morlino (2013) sobre o como comparar, vale estabelecer o que é um caso. Os casos não são entidades empíricas como os dados imediatamente disponíveis na realidade, mas algo construído pelo pesquisador. Assim, os casos não podem ser confundidos com unidades de observação,¹ com experiência ou como meros exemplos ilustrativos de um esquema conceitual.

Como afirma Ragin (1992), a formação do caso (*casing*) pode trazer um fechamento operacional às relações problemáticas entre ideias e evidência, entre teoria e dados. Ou seja, um caso não é um exemplo empírico como é muitas vezes tratado em pesquisas que se valem de estudos de caso, mas apresenta uma relação problemática, no sentido de um problema de pesquisa, entre teoria e dados. De um modo geral a formação do caso é orientada pela teoria. No entanto, há um 'ir e vir' entre teoria e evidência. A teoria permite uma descrição estruturada e mais densa da vida social, ao mesmo tempo em que a evidência ajuda a refinar teorias. O caso é um esforço intermediário para ligar teoria e evidência (Ragin, 1992).

¹ Embora em inglês a palavra 'case' sirva tanto para uma unidade de observação em uma base de dados como para um complexo de entidades, mecanismos e resultados inter-relacionados como em um estudo de caso (*case study*).

O ‘como comparar’ envolve alguns princípios mais gerais, originalmente pensado para macroestruturas, mas que podem ser adaptados para os níveis meso e micro de análise. É importante considerar o nível de abstração e o espaço de atributos dos casos a serem comparados. A escala de abstração é uma escala de generalidade em relação ao que é comparado. Por exemplo, em um estudo sobre governança em cadeias produtivas agroindustriais, as unidades de comparação não são agricultores familiares ou empresas pequenas ou grandes, mas os mecanismos por meio dos quais os atores se coordenam na realização de suas atividades econômicas (produção, transformação, comercialização). Tais mecanismos (relações de natureza contratual e de natureza relacional, processos de troca de informação, estabelecimento e *enforcement* de regras) podem ser comparados mesmo quando os atributos e características dos atores das cadeias produtivas sejam unidades não homogêneas.

Por sua vez, dependendo do espaço de atributos, é possível uma comparação entre um número maior ou menor de casos. O espaço de atributos são todos os aspectos importantes de um conceito. Este espaço pode ser maior ou menor em função do problema de pesquisa. Em um problema de pesquisa sobre a relação entre a ação coletiva e processos de valoração dos produtos das CCCs, o espaço de atributos deverá incluir variáveis de construção de ação coletiva (Ostrom, 2000), assim como variáveis dos dispositivos de julgamento conceituados por Karpik (2010). Dado o maior espaço de atributos e o caráter ainda emergente do fenômeno em um estudo comparativo deste tipo, é prudente que o pesquisador escolha um menor número de casos.

Feitas as observações e advertências sobre o processo de comparação na pesquisa social e sobre o conceito de caso, pode-se entrar mais especificamente no desenho de pesquisa comparativo centrado no caso. O desenho comparativo orientado ao caso é primeiramente sistematizado por Ragin (1989) em uma das principais obras de metodologia comparativa, *The comparative method: moving beyond qualitative and quantitative strategies*.

A tradição deste desenho comparativo é bastante longa e data dos primórdios das ciências sociais com Marx, Tocqueville e Max Weber. Lange (2013) identifica duas gerações de grandes autores das ciências sociais que se valeram de desenhos comparativos orientados ao caso, mas o detalhamento foge do escopo deste capítulo. Cinco destes grandes autores são Reinhard Bendix, Fernand Braudel, Barrington Moore, Theda Skocpol e Charles Tilly.

O desenho orientado aos casos estimula o desenvolvimento de novas teorias substantivas. Ele é indutivo e essa indução culmina na formação do conceito e elaboração de ideias teóricas iniciais ou refinamento de teorias existentes. Há dois elementos fundamentais que constituem o desenho comparativo orientado ao caso. São eles o método da concordância e da diferença de John Stuart Mill e a causalção conjuntural múltipla. Segundo o método da concordância, ao comparar casos que apresentam o mesmo fenômeno em diferentes circunstâncias, o pesquisador pode eliminar todas as variáveis de contexto que não são necessárias para a ocorrência do fenômeno (Bleijenbergh, 2010). Embora a lógica de investigação de Mill tenha sido desenvolvida para estudos experimentais, ela foi aplicada em pesquisas comparativas de estudos de caso. O método de concordância possui a limitação de não conse-

guir capturar a pluralidade de causas. Em outros termos, diferentes combinações causais podem produzir o mesmo resultado. Assim, apenas a aplicação do método de concordância corre o risco de eliminar erroneamente as causas de um fenômeno social. O resultado Y pode ser causado pelas condições causais A e B (AB → Y) ou pelas condições causais C e D (CD → Y).

Para evitar o equívoco de descartar outras condições causais que produzam o resultado Y, Ragin (1989) sugere aplicar o método das diferenças como dupla aplicação do método da concordância. Ao usar o método das diferenças, o pesquisador compara casos que tenham as mesmas circunstâncias (ou muito semelhantes), mas diferem na presença ou ausência do resultado ou fenômeno que querem estudar. As variações no resultado (Y) evitam relações espúrias entre as causas e os efeitos. A título de exemplo, é possível obter casos de CCCs que não lograram maior autonomia nas relações de mercado em que pese a existência de uma forte capacidade associativa, uma menor dependência de insumos externos, uma transição para um sistema orgânico de produção, a presença de políticas públicas de crédito e assistência técnica e a proximidade com consumidores. A comparação entre estes últimos e os casos com maior autonomia nas relações de mercado permite um entendimento de outras condições causais necessárias para obter o resultado associado à maior autonomia nas relações com os consumidores. Assim, o método das diferenças é um método de comparar casos em que um fenômeno social está presente com casos nos quais ele está ausente, mantendo as mesmas condições causais a fim de avançar no conhecimento de outras condições causais (ou condição causal) necessárias ao fenômeno.

A possibilidade de diferentes combinações causais produzirem o mesmo resultado constitui aquilo que Ragin (1989) denomina complexidade causal. Ela deriva da causalção conjuntural múltipla. Em outros termos, da possibilidade de uma mesma combinação de condições causais produzirem resultados diferentes ou de uma combinação diferente de condições causais produzirem resultados semelhantes. O desenho comparativo orientado ao caso permite identificar tais situações.

Diante de uma causalção conjuntural múltipla, o pesquisador pode tentar identificar outros fatores ou condições causais que tenham produzido o resultado. Supondo que dois casos comparados tenham três condições causais idênticas e produzem resultados diferentes. Na sequência da pesquisa, é descoberta uma quarta condição presente em um caso e ausente no outro. A quarta condição pode ser considerada a necessária para a produção do resultado, mas não suficiente. A suficiência é dada pela interação da quarta condição com as demais.

A ambiguidade presente nas diferentes combinações causais em estudos comparativos orientados ao caso fornece oportunidades para o desenvolvimento de novas distinções teóricas e empíricas.

Na pesquisa orientada ao caso, há aquilo que Ragin (2008) denomina de ‘receita causal’. Ou seja, as condições causais relevantes que se combinam para produzir um dado resultado. O interesse em combinações de causas se coaduna com o foco em ‘como’ as coisas acontecem. Nas palavras de Ragin, “pensar em termos de uma receita é pensar holisticamente e entender causalmente as condições relevantes como interseção de forças e eventos” (Ragin, 2008, p. 109).

Conceito e elementos básicos da Análise Comparativa Qualitativa (QCA - Qualitative Comparative Analysis)

A análise comparativa qualitativa (QCA) foi desenvolvida por Ragin (1989, 2008) a partir do método comparativo orientado ao caso. Trata-se uma técnica analítica intermediária entre o uso de técnicas quantitativas envolvendo amostras inferenciais maiores em que os casos são tratados como observações e a comparação de dois ou três casos (Fiss, 2010). Tal como no desenho comparativo orientado ao caso, o foco é identificar e descrever as condições causais que contribuem para um determinado resultado por meio da comparação. A complexidade causal por meio da causalção conjuntural múltipla é uma característica essencial da QCA. A QCA inclui-se nas técnicas de análise que utilizam um 'N' pequeno ou intermediário.

O uso da técnica baseia-se em uma tabela de verdade (Tabela 1), em que a presença ou ausência das condições causais são identificadas em conexão com a presença ou ausência do resultado. Ela trabalha com o conceito de causalidade suficiente e necessária. Uma causa é suficiente quando ela é capaz de produzir o resultado, mas não é a única condição causal capaz de produzir o efeito. A causa X produz Y, mas a causa Z também pode produzir Y. Assim, ambas são suficientes, mas não necessárias. Por outro lado, uma condição é necessária quando ela sempre está presente na produção do resultado mesmo que ela isoladamente não seja suficiente para produzir este resultado. Embora X esteja sempre presente na produção de Y, ele necessita sempre de uma outra variável para produzi-lo.

No exemplo da Tabela 1 pode-se verificar que a condição causal 'A' é necessária, mas não suficiente para produzir o resultado Y. Ela necessita estar combinada com a condição causal 'B' para produzir o resultado. Baseada na álgebra booleana, a QCA

TABELA 1
Exemplo de uma tabela de verdade em uma análise de QCA

Casos	Condição causal 'A'	Condição causal 'B'	Condição causal 'C'	Resultado Y
Caso 1	0	0	0	0
Caso 2	1	0	0	0
Caso 3	0	0	1	0
Caso 4	1	0	1	0
Caso 5	0	1	0	0
Caso 6	0	1	1	0
Caso 7	1	1	1	1
Caso 8	1	1	0	1

Fonte: Elaboração do autor.

utiliza um sistema notacional em que as operações fundamentais são conjunção (A e B), disjunção (A ou B) ou negação (não-A e B). Considerando a Tabela 1, o resultado Y resultou de uma conjunção entre A e B ou da conjunção A, B e C. As combinações causais possíveis podem ser expressas pelo número de linhas da tabela dado pela quantidade de condições causais (k) elevada ao quadrado. No exemplo da Tabela 2, seriam nove combinações possíveis (3^2).

TABELA 2
Escala para os conjuntos *fuzzy*

Três valores	Quatro valores	Seis valores	“Contínuo”
1 = inteiramente dentro	1 = inteiramente dentro	1 = inteiramente dentro	1 = inteiramente dentro
	0,67 = mais dentro do que fora	0,8 = principalmente dentro, mas não inteiramente	Grau de pertencimento mais dentro do que fora $0,5 < X < 1$
0,5 = nem dentro e nem fora		0,6 = mais ou menos dentro	0,5 = ponto de corte
	0,33 = mais fora do que dentro	0,4 = mais ou menos fora	Grau de pertencimento mais fora do que dentro $0 < X < 0,5$
		0,2 = principalmente fora, mas não inteiramente	
0 = inteiramente fora	0 = inteiramente fora	0 = inteiramente fora	0 = inteiramente fora

Fonte: Ragin (2008).

A técnica de análise de causalidade em um desenho comparativo envolvendo um número intermediário de casos é também vista como uma relação de conjunto e subconjunto. Ou seja, o resultado Y é visto como pertencimento a um conjunto. O conjunto Y pode ser o simples pertencimento do caso à uma CCC ou ainda o pertencimento do caso a um tipo de mercado proximidade.

A QCA se divide em dois tipos. Um tipo é chamado *crisp-set* baseado em variáveis dicotômicas com valores de ‘0’ e ‘1’ indicando ausência ou presença das condições causais e do resultado (Tabela 2). O outro é chamado de *fuzzy-set* baseado em variáveis categóricas ordinais, em que as condições causais, assim como o resultado, possuem uma escala de pertencimento ao conjunto. A escala varia de ‘0’

(plenamente fora) a ‘1’ plenamente dentro. Ela também pode variar de três valores a um conjunto com características de variável contínua, como mostra a Tabela 2.

Há algumas advertências e esclarecimentos a serem feitos em relação ao uso da QCA. A técnica pressupõe rigor na coleta e integração de dados de diferentes fontes de informação. A identificação da presença ou ausência de uma condição causal requer uma prévia operacionalização desta condição causal com fontes de evidência consistentes. O mesmo é válido para o resultado ‘Y’. Em outros termos, a QCA não prescinde de um estudo mais detalhado para cada um dos casos (*within-case analysis*) valendo-se de técnicas qualitativas que busquem relações de causalidade tais como *process-tracing*, busca de padrões e narrativa causal.

No caso da utilização de conjuntos *fuzzy* com variáveis categóricas ordinais, a atribuição dos valores, seja qual for a escala utilizada, não é arbitrária. Neste sentido, os valores ou dados relacionados com as condições causais e resultados necessitam ser transformados nos valores da escala de pertencimento. Este processo de transformação é chamado de calibragem.² A calibragem consiste em utilizar informações empíricas de cada caso para atribuir um grau de pertencimento a cada condição causal de acordo com a escala utilizada. Para que a calibragem seja analiticamente fértil, é necessário uma definição precisa do significado de todos os conceitos (tanto para as condições causais como para o resultado) e uma definição sobre o pertencimento pleno e o não pertencimento pleno (Schneider e Wagemann, 2012). O conhecimento acumulado do pesquisador é fundamental e há necessidade de um trabalho intenso e análise cuidadosa de fontes primárias e secundárias antes de proceder à calibragem.

Neste sentido, uma advertência fundamental em relação à QCA é que ela é mais adequada para projetos de pesquisa com maior escopo envolvendo não apenas um maior número de casos a serem comparados, mas também uma equipe de pesquisa. Trata-se de uma técnica de análise poderosa para sintetizar resultados de projetos de pesquisa comparativos de maior fôlego a exemplo do que foi o projeto europeu coordenado por Kneafsey e colegas (2013). Vale lembrar que a QCA é também uma estratégia de análise comparativa adequada às pesquisas multidisciplinares como tende a ser fenômeno das cadeias curtas de produção reunindo sociólogos, economistas e agrônômicos.

Mecanismos causais em estudos de caso: process-tracing

A grande vantagem do desenho comparativo orientado ao caso, seja ele na forma de um estudo de caso múltiplo ou em um desenho do tipo QCA, é a possibilidade de fazer da comparação uma estratégia de pesquisa que permita entender relações de causalidade a partir de distintas fontes de dados, tanto quantitativos quanto qualitativos.

Diferentemente dos desenhos de pesquisa quantitativos, em que a causalidade está associada à covariação ou, mais precisamente, o quanto da variância da variável resposta pode ser explicada pelas variáveis explicativas do modelo, os estudos de causalidade qualitativos buscam entender os processos e mecanismos existentes entre as

² Para um detalhamento dos passos de como fazer a calibragem, ver os capítulos 4 e 5 de *Redesigning social inquiry: fuzzy sets and beyond*, de Charles C. Ragin.

condições causais ou fatores explicativos e o resultado ou variável resposta. Um outro aspecto da causalidade qualitativa é ver contexto como parte da explicação. O contexto não apenas influencia, como nos estudos puramente quantitativos, na forma de variável interveniente ou variável moderadora. O contexto define os aspectos relevantes de um ambiente, no qual um espectro de condições iniciais conduz a resultado definido por meio de mecanismos causais (Falleti e Lynch, 2009).

A palavra mecanismo pode designar tanto um conjunto de fenômenos reais quanto designar um conjunto de proposições causais, que se referem a estes mesmos fenômenos (Mayntz, 2004). Em um sentido mais empírico, os mecanismos das CCCs podem ser atividades de produção, de transformação e de comercialização dos agricultores destas cadeias. No entanto, as proposições causais estariam relacionadas aos esquemas cognitivos dos atores, as redes de confiança, à evolução das normas para a construção de ação coletiva e aos processos de coordenação entre eles, em geral no funcionamento da cadeia.

Tilly (2001) identifica, genericamente, três tipos de mecanismo: ambiental, cognitivo e relacional. Os mecanismos ambientais são influências externamente geradas que afetam a vida social e estão geralmente associados a palavras como desaparecimento, expansão, desintegração, etc. Por exemplo, a desativação e a industrialização como elementos da crise agrária (Ploeg, 2008) podem ser vistos como mecanismos ambientais que afetam a emergência de outros sistemas agroalimentares.

Os mecanismos cognitivos operam por meio das alterações da percepção individual e coletiva e está geralmente associado a palavras como entender, reconhecer e reinterpretar. Eles são particularmente relevantes para entender mudanças na racionalidade dos atores econômicos e sociais. Uma mudança típica que está associada às CCCs é a substituição do imperativo da crescente produtividade para a viabilidade econômica pela noção de mais renda com produtividade mais baixa e margens mais altas. Uma outra mudança de percepção está relacionada com o conceito de ‘moderno’ e ‘avançado’. Os atores envolvidos com as cadeias curtas muitas vezes alteram sua percepção, com diferentes níveis de abstração e entendimento, em relação ao que Merton (1936) denomina consequências não pretendidas da modernização. Em outros termos, um aspecto do mecanismo cognitivo em muitas destas cadeias é um ‘desencantamento’ com a modernização agrícola.

Já os mecanismos relacionais alteram as conexões entre pessoas, grupos e redes interpessoais. Eles estão associados a palavras como dominação, cooperação e persuasão. O conceito chave de autonomia nas CCCs de produção guardam relação direta com os mecanismos relacionais.

Os efeitos produzidos pelos mecanismos são cumulativos e tendem a ser de longo prazo. O tempo do efeito depende das condições iniciais, bem como das combinações com outros mecanismos. Neste sentido, além da abordagem configuracional, os estudos de mecanismos causais ganham em robustez e profundidade quando levam em consideração as trajetórias dos casos.

Tilly (2001) também estabelece uma distinção entre processos e mecanismos. Os processos ocorrem como combinações ou sequências de mecanismos. Uma mudança na escala de um processo econômico ou social com a mudança na quantidade de locais

que se coordenam em atividades que ocorrem em um nível de agregação mais alto (do local ao global) resulta de uma concatenação de mecanismos de intermediação, difusão e emulação.

Em termos didáticos e ilustrativos, o Quadro 2 constitui uma amostra de mecanismos e processos presentes na promoção da democratização. Este quadro ajuda a entender mais claramente o sentido de mecanismos conferidos por Tilly (2001).

QUADRO 2

Mecanismos de amostra e processos de promoção da democratização

<p>Desigualdade</p> <ul style="list-style-type: none">• Dissolução de controles coercitivos que apoiam as atuais relações de exploração e concentração das oportunidades• Educação e comunicação que alteram as adaptações que apoiam as atuais relações de exploração• Equalização de ativos e bem-estar em diferentes categorias dentro da população
<p>Redes de confiança</p> <ul style="list-style-type: none">• Criação de garantias externas para comprometimentos do governo• Incorporação e expansão das redes de confiança existentes nas estruturas institucionais• Desintegração das redes de confiança existentes• Expansão da população que carece do acessos às redes de confiança eficazes para suas ações de longo prazo• Comprometimento visível do governo para vantagem de novos segmentos da população
<p>Política (<i>politics</i>) no espaço público:</p> <ul style="list-style-type: none">• Formação de coalizões entre segmentos das classes dominantes e atores políticos constituídos atualmente excluídos do poder• Intermediação de coalizões entre categorias desiguais e distintas redes de confiança• Cooptação central ou eliminação de mediadores políticos autônomos• Contenção burocrática de forças militares previamente autônomas• Ciclos de mobilização-repressão-barganha durante os quais os atores excluídos agem coletivamente de maneira a ameaçar a sobrevivência do governo e de suas classes dominantes. A repressão falha, a luta tem continuidade e se produzem acordos e concedem direitos aos atores mobilizados.

Fonte: Adaptado de Tilly (2001).

Os mecanismos causais utilizados para a construção da explicação substituem a visão dedutiva-nomológica de construção do conhecimento baseada em lógica inferencial, cujo cerne são as generalizações. Fenômenos emergentes com causalidade conjuntural múltipla e fortemente imbricados em seu contexto podem ser melhor apreendidos por mecanismos causais do que pela abordagem de caráter dedutivo-nomológica. O mecanismo refere-se a processos recorrentes que vinculam causalmente as condições iniciais especificadas com um resultado. Assim, eles podem ser vistos como eventos vinculados entre si por uma cadeia causal que ocorre repetidamente na realidade, se certas condições são dadas (Mayntz, 2004).

A noção de cadeia causal indica que a distância entre a causa e o efeito é maior. Em outras palavras, entre a causa e o efeito, há passos intermediários e mediações. Entre a agência dos atores e os resultados produzidos, existe uma série de eventos e processos. Sem as mediações, não haveria sentido em falar de «mecanismos», pois as relações entre causa e efeito seriam diretas. As variáveis explicativas e a variável resposta poderiam ser diretamente relacionadas tal como ocorre em desenhos de pesquisa quantitativa em que a noção de mecanismo causal não está presente.

O mecanismo está geralmente associado a uma regularidade, seja ele um evento, um processo ou uma estrutura. As afirmações sobre os mecanismos causais constituem proposições causais que visam a explicar resultados específicos, identificando processos gerativos que, sob certas condições, produzem tais resultados (Mayntz, 2004).

Os efeitos dos mecanismos dependem de interações com outros mecanismos que formam os contextos. Assim, os efeitos ou resultados são gerados por configurações de mecanismos (George e Bennett, 2005). Tal como na configuração causal da QCA, a configuração expressa uma constelação de mecanismos que concorrem para a produção do resultado.

Na definição de Gerring (2012), o mecanismo causal é o fio condutor entre X e Y, que serve para explicar a relação de covariação entre ambos. Qualquer processo ou fator que contribuem, de forma intermediária, para a geração de Y pode ser considerado um mecanismo. Os mecanismos podem ter uma sequência definida de passos claramente identificáveis como uma sequência de dominós caindo em uma mesa ou ser um processo contínuo com uma bola de bilhar rolando em uma mesa (Gerring, 2012).

Uma vez esclarecidos os mecanismos causais, seu conceito e os seus atributos, a descrição, conceito e uso do *process-tracing* pode ser melhor apreendido. O *process tracing* tem como ambição ‘rastrear’ os mecanismos causais. Ele é um método de análise de dados para identificar, validar e testar mecanismos causais dentro de estudos de caso de uma maneira específica e teoricamente informada (Reilly, 2010). O método *process-tracing* faz uso de diferentes fontes de dados com entrevistas em profundidade, arquivos, relatos de imprensa e registros históricos. As várias fontes são consistentes com a necessidade de uma descrição espessa, rica e detalhada dos casos (Reilly, 2010).

Em grandes linhas, o método possui três grandes propósitos: testar teorias, construir teorias e explicar resultados (Beach e Pedersen, 2013). Os três propósitos respondem a três perguntas essenciais.

- Na relação entre os mecanismos causais e o resultado Y, o mecanismo está presente e funciona como foi teorizado? (teste de teoria)

- Quais são os mecanismos causais na relação entre X e Y? (construção de teoria)
- Qual é a hipótese/teoria, no plano dos mecanismos, que explica o resultado X?

Em qualquer que seja o propósito do *process-tracing*, a descrição cuidadosa é um fundamento do método. A análise de trajetória e de causalção irá falhar se os fenômenos observados em cada um não são descritos adequadamente (Collier, 2011). Ela depende, portanto, de um conhecimento prévio mais espesso do caso em sua especificidade e filigranas.

O Quadro 3 apresenta um exemplo de conceituação e operacionalização do mecanismo causal de um político burocrata.

QUADRO 3

Conceituação e operacionalização do mecanismo causal do político burocrata

Conceituação de cada parte	Evidência prevista	Tipo de evidência utilizada para medir a predição
As preferências do ator refletem o autointeresse burocrático do ministério que ele representa.	Espera-se ver evidência da conversa política de burocratas nas preferências dos atores burocráticos.	Medido com a utilização de evidência de entrevistas com participantes e documentos internos produzidos pelos ministros.
Atores disputam para obter benefícios e assegurar posições com fortes poderes procedimentais em um dado canal de ação.	Espera-se uma corrida entre atores para assumir o comando dos comitês interministeriais.	Medido com a utilização de uma sequência de evidências (cronologia dos eventos) e evidência da explicação (relatos de entrevistas em profundidade).
Debates dentro do grupo dominado por: a) maioria: atores com visão de maioria constroem coalizão em torno de posição do ator chave b) unanimidade: convencer o ator mais relutante.	Minoria se vê marginalizada e a construção de uma coalizão em torno da visão da maioria ou a maioria tenta influenciar o ator mais relutante.	Medido com a utilização de relatos de entrevistas com participantes e atas de reuniões.
Atores tentam explorar recursos de poder para moldar resultados.	Espera-se ver os atores com posições hierárquicas mais fortes na negociação mais dominantes nos debates e mais bem sucedidos em influenciar os resultados.	Medido com a utilização de relatos de entrevistas com participantes e atas de reuniões.

Fonte: Adaptado de Beach e Pedersen (2013).

Como pôde ser visto, o *process tracing* se revela como um método bastante promissor para analisar a causalidade em desenhos comparativos orientados ao caso, especialmente relevantes para o fenômeno ainda emergente das CCCs. Bennett e Checkel (2015) relacionam critérios a serem levados em conta na qualidade da aplicação do método *process tracing*.

Abrir espaço para explicações alternativas: as explicações do método são mais consistentes na medida em que as evidências do caso revelam-se inconsistentes com outras explicações. Um critério para avaliar as explicações potenciais é perguntar se as explicações incluem aspectos da agência e aspectos da estrutura. Aspectos estruturais são restrições materiais, institucionais ou normativas. Já os aspectos da agência estão associados ao cálculo racional dos atores, seus interesses materiais, ideias e representações sociais, viés cognitivo e preocupações de ordem valorativa e normativa.

Ser rigoroso nas explicações alternativas: algumas explicações são rapidamente minadas pela evidência, enquanto outras requerem mais investigação. Algumas explicações podem ser mais contraintuitivas e ter uma expectativa menor de serem viáveis. Tais explicações exigem mais evidência para convencer. Outras podem ser explicações mais novas do que outras e podem contribuir mais para a produção de conhecimento.

Tomar uma decisão de quando começar: um aspecto crucial do uso do método é saber qual o ponto de partida, no caso para começar a analisar os mecanismos causais. Considerando o processo e a sequência de eventos, é fundamental o pesquisador decidir o elemento deflagrador (evento crítico, mudança no ambiente, início da ação dos atores, etc.) a partir do qual os passos serão analisados.

Ser diligente na reunião de diversos tipos e fontes de evidência: quando são avaliadas as explicações alternativas de um caso, os pesquisadores deveriam buscar incessantemente as fontes primárias ou procurar entrevistas com os participantes. Uma única reunião ou documento pode ser uma peça crucial de evidência que exemplifica uma explicação e desconsidera outra. No entanto, nem toda a evidência é igual. Algumas são mais consistentes do que outras.

Há duas restrições fundamentais do *process tracing* que precisam ser levadas em conta (George e Bennett, 2005). A primeira é a obtenção de evidência empírica para todos os passos e etapas identificadas nos mecanismos causais que vinculam a condição causal (X) ao resultado (Y). Diante da inexistência de fontes de evidência empírica para um dos passos, o valor explicativo da trajetória causal é enfraquecido ou negado. A cada passo e etapa (como no Quadro 3), há necessidade de fontes de evidência em conformidade com os conceitos operacionalizados. No entanto, Kincaid (2014) chama atenção que é possível confirmar alegações de causalidade sem conhecer todos os elos intermediários entre a causa 'X' e o resultado 'Y'. Ele dá o exemplo da bola que quebra a vidraça como uma relação de causa e efeito, sem que seja necessário o conhecimento dos detalhes moleculares que constituem a bola e o vidro.

Uma outra restrição é a possibilidade da existência de mais de um mecanismo causal consistente com um dado conjunto de evidências do *process tracing*. Nesta situação, há dificuldade em avaliar se as explicações alternativas são complementares

no caso ou se um mecanismo é causal e o outro é espúrio. Em outros termos, um mecanismo causal espúrio seria uma falaciosa reconstrução dos passos e atividades que vincularam a condição causal ao resultado e um ou mais dos passos que não possuem relação sistemática com os resultados.

Como visto nesta seção, a combinação do *process tracing* com o desenho comparativo orientado ao caso é bastante profícua. O seu uso, juntamente com dados quantitativos, permite identificar e testar as condições causais que concorrem para a produção dos resultados dos fenômenos que integram as tabelas de verdade da QCA.

Considerações finais

A literatura sobre as CCCs revela uma forte predominância de pesquisas empíricas baseadas em estudos de caso, sejam estudos de caso único (*single case study*) ou estudos de caso múltiplos (*multiple case study*). No entanto, percebe-se que ambos, o estudo de caso e a comparação, não são explorados com o rigor e potencialidades que possuem. Dentre os estudos empíricos revisados para este capítulo, não houve estudo com um desenho de pesquisa ancorado na especificidade da metodologia comparativa ou com o propósito de estudar a causalidade.

Uma das possíveis razões pode ser o fato de que a causalidade em ciências sociais esteve, durante muito tempo, associada com abordagens nomotético-dedutivas com pretensões universalizadoras. A ideia de causa suficiente e necessária facilmente remete a uma visão positivista, que coaduna com a noção de leis. Tal noção não logra apreender fenômenos sociais e econômicos dotados de complexidade causal, cuja interação das variáveis explicativas com o seu contexto é parte da explicação.

Entretanto, ao longo dos últimos anos, surgiram métodos de análise qualitativos que recolocaram a centralidade da causalidade sem recorrer a uma episteme positivista, desde longe superada no campo das ciências sociais. Por sua vez, tais métodos não prescindem de contribuições de autores clássicos como John Stuart Mill (método da concordância e diferença) e Max Weber (causação conjuntural múltipla).

Um outro aspecto importante do desenho comparativo orientado ao caso e do *process tracing* é a combinação entre técnicas de coleta e de análise quantitativas e qualitativas. Como lembra Tarrow (2004), o *process tracing* foca em processos de mudanças dentro dos casos que podem revelar os mecanismos causais subjacentes aos achados quantitativos. Ambos os métodos de análise são enriquecidos pelo triangulação de fontes quantitativas e qualitativas de informação. De forma semelhante, Kincaid (2014) destaca que a inferência causal tem por base um conhecimento de fundo e em argumentos construídos caso a caso.

Por último, considera-se que os estudos de desenvolvimento rural em geral e aqueles sobre cadeias produtivas têm muito a ganhar a partir dos estudos qualitativos comparativos e de causalidade. Como certa vez me falou o antropólogo Roberto Cardoso de Oliveira, há dois caminhos para o rigor metodológico nas ciências sociais e ambos são igualmente válidos, o caminho da formalização estatística e matemática e o caminho discursivo característico dos estudos qualitativos.

Referências

- BALESTRO, M. V. *Capital Social, aprendizado e inovação: um estudo comparativo entre redes de inovação na indústria de petróleo e gás no Brasil e Canadá*. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). CEPPAC (Centro de Estudos Comparados sobre as Américas), Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.
- BEACH, D.; PEDERSEN, R. B. *Process-tracing methods: foundations and guidelines*. Ann Arbor: The University of Michigan Press, 2013.
- BENNETT, A.; CHECKEL, J. T. *Process tracing: from metaphor to analytic tool*. Cambridge: Cambridge University Press, 2015.
- BLEIJENBERGH, I. Method of Agreement and Method of Difference. In: MILLS, A.; DUREPOS, G.; WIEBE, E. (Ed.). *Encyclopedia of case study research*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2010.
- BLOCK, F.; SOMERS, M. R. *The power of market fundamentalism: Karl Polanyi's critique*. Boston: Harvard University Press, 2014.
- CHAYANOV, A. V. *The Theory of Peasant Economy* (edited by D. Thorner et al).
- COLLIER, D. *Understanding process tracing in Political Science and Politics*. Vol 44. [s/l]: [s/n], 2011.
- DE VAUS, D. *Research design in social research*. London: Sage Publications, 2001.
- DOOREWAARD, H. Conceptual model: operationalization. In: MILLS, A.; DUREPOS, G.; WIEBE, E. (Ed.). *Encyclopedia of case study research*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2010.
- FALLETI, T. G.; LYNCH, J. F. Context and Causal Mechanisms in Political Analysis. *Comparative Political Studies*, v. 42(9), p. 1143-1166, 2009.
- FERRARI, D.; SCHNEIDER, S. Cadeias Curtas, Cooperação e Produtos de Qualidade na Agricultura Familiar - o processo de realocização da produção agroalimentar em Santa Catarina. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, v. 17, p. 56-71, 2015.
- FERRARI, L. D. *Cadeias agroalimentares curtas: construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina*. 347f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural). Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.
- FISS, P. C. Qualitative Comparative Analysis. In: MILLS, A.; DUREPOS, G.; WIEBE, E. (Ed.). *Encyclopedia of case study research*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2010.
- FRANÇA, O.; BALESTRO, M. V. Limites para a complementaridade entre produção agroalimentar e turismo: o caso do queijo do serro como Sistema Agroalimentar Local (SIAL). In: CONGRESSO INTERNACIONAL SISTEMAS AGROALIMENTARES LOCALIZADOS, 6., 2013, Florianópolis. *Anais...* Florianópolis: [s/n], 2013.
- GEORGE, A. L.; BENNETT, A. *Case studies and theory development in the social sciences*. Cambridge: MIT Press, 2005.
- GERRING, J. *Case study research: principles and practices*. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.
- GERRING, J. *Social Science Methodology: a unified framework*. 2. ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.
- GOERTZ, G.; MAHONEY, J. *A tale of two cultures: qualitative and quantitative research in the social sciences*. Princeton: Princeton University Press, 2012.

- HEDSTRÖM, P.; YLIKOSKI, P. Causal mechanisms in the social sciences. *Annual Review of Sociology*, v. 36, p. 49-67, 2010.
- HEMPEL, C. G. *Aspects of Scientific Explanation*. New York: Free Press, 1965.
- HEWSON, M. Agency. In: MILLS, A.; DUREPOS, G.; WIEBE, E. (Ed.). *Encyclopedia of case study research*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2010.
- HODGSON, G. M. The concept of a routine. In: BECKER, M. C. (Ed.). *The Handbook of Organizational Routines*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2008.
- KARPIK, L. *Valuing the Unique: The Economics of Singularities*. Princeton: Princeton University Press, 2010.
- KINCAID, H. Filosofia das Ciências Sociais: temas atuais. *Tempo Social: Revista de Sociologia da USP*, v. 26, n. 2, p. 19-37, 2014.
- KING, G.; KEOHANE, R. O.; VERBA, S. *Designing social inquiry: scientific inference in qualitative research*. Princeton: Princeton University Press, 1994.
- KNEAFSEY, M. et al. *Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU*. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics. Sevilla: JRC Scientific and Policy Reports, 2013.
- LANGE, M. *Comparative-historical Methods*. London: Sage Publications, 2013.
- LONG, N. *Development sociology: actor perspectives*. London: Routledge, 2001.
- LUCAS, V. et al. *Coopération agricole de production: quand l'activité agricole se distribue entre exploitation et action collective de proximité in L'agriculture en famille: travailler, réinventer, transmettre*. Montpellier: INRA-SAD, 2014.
- Manchester: Manchester University Press, 1966.
- MARSDEN, T. From post-productionism to reflexive governance: Contested transitions in securing more sustainable food futures. *Journal of Rural Studies*, v. 29, p. 123-134, 2013.
- MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 40 (4), p. 424-438, 2000.
- MAYNTZ, R. Mechanisms in the analysis of social macro-phenomena. *Philosophy of the Social Sciences*. Vol. 34(2), p. 237-259, 2004.
- MERTON, R. K. The unanticipated consequences of purposive social action. *American Sociological Review*, v. 1, Issue 6, p. 894-904, 1936.
- MORLINO, L. *Introduction à la politique comparée*. Paris: Armand Colin, 2013.
- OLIVEIRA, R. C. *O trabalho do antropólogo*. São Paulo: UNESP, 2000.
- OSTROM, E. Collective Action and the Evolution of Social Norms. *Journal of Economic Perspectives*, v. 14, n. 3, p. 137-158, 2000.
- PLOEG, J. D van der. *Peasants and the art of farming: a chayanovian manifesto*. Halifax: Fernwood Publishing, 2013.
- PLOEG, J. D. van der et al. On Regimes, Novelties, Niches and Co-Production. In: PLOEG, J. D. van der; WISKERKE, J. S. C. (Ed.). *Seeds of transition: essays on novelty production, niches and regimes in agriculture*. Assen: Royal Van Gorcum, 2004.
- PLOEG, J. D. van der. *Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

- POLANYI, K. *A grande transformação: as origens da nossa época*. Trad. Fanny Robel. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- POLANYI, M. *The tacit dimension*. Gloucester: Peter Smith, 1983.
- RAGIN, C. C. "Casing" and the process of social inquiry. RAGIN, C. C.; BECKER, H. S. (Ed.). *What is a case? Exploring the foundations of the social inquiry*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.
- RAGIN, C. C. *Redesigning social inquiry: fuzzy sets and beyond*. Chicago: Chicago University Press, 2008.
- RAGIN, C. C. *The comparative method: moving beyond qualitative and quantitative strategies*. Berkeley: UoC, 1989.
- REILLY, R. C. Process tracing. In: MILLS, A.; DUREPOS, G.; WIEBE, E. (Ed.). *Encyclopedia of case study research*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2010.
- RENTING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chains in Rural Development. *Environment and Planning*, 35, p. 393-411, 2003.
- SCARABELOT, M.; SCHNEIDER, S. As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local - Um estudo de caso no município de Nova Veneza/SC. *Faz Ciência*, v. 14, p. 64, 2012.
- SCHNEIDER, C. Q.; WAGEMANN, C. *Set-theoretic Methods for the Social Sciences: a guide to Qualitative Comparative Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.
- SONNINO, R.; MARSDEN, T. Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks. *Europe in Journal of Economic Geography*, v. 6, p. 181-199, 2006.
- TARROW, S. Bridging the quantitative-qualitative divide. In: BRADY, H.; COLLIER, D. (Ed.). *Rethinking Social Inquiry: diverse tools, shared standards*. Lanham: Rowman and Littlefield Publishers, 2004.
- TILLY, C. Mechanisms in political process. *Annual Review of Political Science*, v. 4, p. 21-41, 2001.
- VÁRIOS. Fomento de circuitos cortos como alternativa para la promoción de la agricultura familiar. *Boletín CEPAL-FAO-IICA*, Santiago de Chile, 2013.
- WILLIAMSON, O. *The economic institutions of capitalism*. New York: The Free Press, 1985.
- ZELIZER, V. How I became a relational economic sociologist and what does that mean? *Working Paper #5*. Center for the Study of Social Organization, 2011.

Parte II

**Cadeias curtas na agricultura familiar no Brasil:
agroindústrias, indicações geográficas, feiras,
orgânicos e sociobiodiversidade**

Cadeias curtas agroalimentares na agroindústria familiar: dinâmicas e atores sociais envolvidos

Marcio Gazolla

Introdução

Tanto na Europa como no Brasil tem crescido os estudos sobre comercialização de alimentos com base em experiências da agricultura familiar. A maioria das pesquisas reflete o atual momento de busca de alternativas ao que se poderia denominar “externalidades negativas” do atual sistema agroalimentar. Entre os problemas que o mesmo apresenta, enumera-se a crescente desregulamentação dos mercados nacionais de alimentos, aumentos de preços dos alimentos no mundo desde 2008, as crises de segurança alimentar (por exemplo, o “mal da vaca louca”), a crescente oligopolização dos mercados, a não observância às regras de preservação ambiental, entre outros aspectos de riscos associados à alimentação (Giddens, Beck e Lash, 1997; Ploeg, 2008; Guivant, Spaargaren e Rial, 2010).

As experiências agroalimentares que os atores sociais têm construído nos últimos anos têm sido chamadas de “redes agroalimentares alternativas” (Marsden, Banks e Bristow, 2000), das quais uma das dimensões tem abordado o que se costuma chamar de cadeias curtas de comercialização (Renting, Marsden e Banks, 2003). Este termo

faz menção ao papel dos canais curtos de comercialização de alimentos para o desenvolvimento rural e os processos alimentares da sociedade. Neste sentido, são exemplos conhecidos mundialmente as iniciativas do *Slow Food* e dos Grupos de Aquisições Solidárias (GAS) em países como a Itália, que buscam, sobretudo, a aproximação de agricultores e suas organizações aos consumidores de forma mais sustentável e responsável (Brunori et al., 2010).

No Brasil este debate entra no país pelos estudiosos da agricultura familiar, especialmente pela noção generalizadora da necessidade de “inserir a agricultura familiar no mercado”. Num segundo momento começa-se a falar em “construção social dos mercados” para os agricultores familiares e em cadeias curtas de comercialização, noções mais adequadas a esta forma de produção e trabalho no espaço rural (Ploeg, Jingzhong e Schneider, 2010). O caminho principal trilhado pelos estudos até agora foi o de entender os tipos, dinâmicas e funcionamento destes canais curtos em várias dimensões, atividades produtivas e regiões da agricultura familiar (Wilkinson, 2008).

Neste sentido e com o intuito de ampliar os conhecimentos de uma das estratégias de reprodução da agricultura familiar – a agroindústria familiar – elabora-se o presente capítulo. O objetivo é evidenciar os tipos, dinâmicas, oportunidades e desafios que fazem parte da construção social de cadeias curtas de comercialização de alimentos processados das agroindústrias familiares, pelos atores sociais (tanto por parte dos agricultores como dos consumidores e compradores destes produtos). As agroindústrias familiares têm mostrado grande potencial de escoar seus alimentos pela via das cadeias curtas agroalimentares.

Os dados do Censo Agropecuário (IBGE, 2006) mostram que há alimentos, por exemplo a geleia e/ou doces de frutas e embutidos, que ultrapassam os 65% das vendas da agroindústria rural que são realizadas diretamente aos consumidores. Estudos empíricos sobre agroindústrias no RS também têm auferido que mais de 50% das vendas também passam por relações diretas de comercialização produtor-consumidores, mostrando a relevância das mesmas (Gazolla, 2012).

O trabalho está estruturado em três partes complementares. A primeira evidencia a importância e tamanho deste tipo de comercialização com base nos dados do Censo Agropecuário 2006. A segunda discute alguns tipos e dinâmicas dos canais de comercialização e mercados das agroindústrias familiares. A terceira apresenta um quadro de oportunidades e desafios à construção de cadeias curtas pelos agricultores e consumidores de alimentos das agroindústrias.

Cadeias curtas e agroindústria rural: o que é possível visualizar nos dados do Censo Agropecuário 2006?

Esta seção objetiva demonstrar os canais de comercialização construídos pelas agroindústrias rurais, com base nos dados do Censo Agropecuário de 2006. Com estes dados pode-se conhecer o tamanho de todos os canais de venda das agroindústrias, inclusive das cadeias curtas de distribuição para todo o território nacional.

A Tabela 1 apresenta os dados de valor da produção da agroindústria rural no Brasil, distribuindo-a em seus diversos canais de comercialização. Observa-se que o valor da produção total é de R\$ 2.988.123.630,00, dividindo-se entre os diferentes circuitos que essa produção acessa. O primeiro canal de comercialização importante para as agroindústrias é a comercialização para intermediários com 42,17%, caracterizando a entrega da produção a outros agentes econômicos na cadeia. O segundo canal em números são as vendas para as indústrias, com 16,31% dos valores da produção. Nesses dois tipos de circuitos, que somam mais da metade das vendas das experiências, observa-se uma perda relativa de autonomia das agroindústrias, já que não dominam a fase final da cadeia produtiva, que fica nas mãos de outros atores sociais.

TABELA 1
Brasil – Valor da Produção e canais de comercialização da agroindústria rural

Destino da produção vendida ou entregue a terceiros	Valor da produção (Mil Reais)	Valor da Produção (%)
Vendida ou entregue a cooperativas	33.729,27	1,13
Vendida diretamente para indústrias	487.460,23	16,31
Entregue à empresa integradora	35.349,43	1,18
Vendida diretamente a intermediários	1.260.164,70	42,17
Vendida, entregue ou doada ao governo	16.081,69	0,54
Vendida diretamente ao consumidor	405.324,65	13,56
Exportada	365.800,99	12,24
Não vendeu	384.212,65	12,86
Total	2.988.123,63	100,00

Fonte: IBGE - Censo Agropecuário (2006). Elaborado pelo autor.

As vendas diretas aos consumidores perfazem 13,56% da comercialização, ficando com o terceiro posto de colocação, sendo conhecidas na literatura nacional como mercados de proximidade social (Wilkinson, 2008). Outra parte importante desta produção não é vendida (12,86%), constituindo-se naquela parte da produção que as famílias consomem, estocam, doam ou se perde por algum motivo (estragada, perdida, etc.). As vendas para exportação perfazem 12,24% dos valores da produção. Estes últimos canais atribuem maiores processos de autonomia às famílias, já que as aproximam dos consumidores, exportam ou consomem estes alimentos. Já as vendas para cooperativas, empresas integradoras e institucionais são pouco representativas nas agroindústrias.¹

¹ Talvez atualmente as agroindústrias possuam uma maior inserção em programas institucionais de venda da produção, como o PNAE e o PAA, pois os dados do Censo Agropecuário captam os números em

A Tabela 2 traz o valor da produção da agroindústria rural, para as cinco grandes macrorregiões brasileiras, dividida entre os diferentes canais em que é comercializada.

TABELA 2
Grandes Regiões Brasileiras – Valores da produção e canais de comercialização da agroindústria rural

BR - Grandes regiões	Norte		Nordeste		Sudeste	
Destino da produção vendida ou entregue a terceiros	Valor Prod. (mil reais)	Valor Prod. (%)	Valor Prod. (mil reais)	Valor Prod. (%)	Valor Prod. (mil reais)	Valor Prod. (%)
Vendida ou entregue a cooperativa	541,78	0,10	4.000,97	0,32	19.069,85	2,91
Vendida direta para indústrias	9.075,51	1,59	130.782,54	10,57	269.947,53	41,22
Entregue à empresa integradora	2.138,00	0,38	2.952,20	0,24	28.313,66	4,32
Vendida direta a intermediários	453.777,20	79,64	483.883,40	39,09	218.365,54	33,34
Vendida, entregue ou doada ao governo	5.768,13	1,01	7.352,56	0,59	1.919,08	0,29
Vendida direta ao consumidor	62.219,18	10,92	155.637,52	12,57	83.664,67	12,77
Exportada	262,60	0,05	300.965,90	24,31	950,80	0,15
Não vendeu	36.032,16	6,32	152.285,25	12,30	32.708,36	4,99
Total	569.814,55	100,0	1.237.860,34	100,0	654.939,49	100,0
BR - Grandes regiões	Sul		Centro-Oeste			
Destino da produção vendida ou entregue a terceiros	Valor Prod. (mil reais)	Valor Prod. (%)	Valor Prod. (mil reais)	Valor Prod. (%)	Valor Prod. (mil reais)	Valor Prod. (%)
Vendida ou entregue a cooperativa	3.751,62	1,11	6.365,06	3,40		
Vendida direta para indústrias	21.095,15	6,24	56.559,51	30,21		
Entregue à empresa integradora	1.018,98	0,30	926,59	0,49		
Vendida direta a intermediários	74.192,52	21,93	29.946,05	16,00		
Vendida, entregue ou doada ao governo	832,56	0,25	209,35	0,11		
Vendida direta ao consumidor	84.821,19	25,07	18.982,09	10,14		
Exportada	1.515,76	0,45	62.105,93	33,17		
Não vendeu	151.063,97	44,65	12.122,92	6,48		
Total	338.291,75	100,0	187.217,50	100,0		

Fonte: IBGE - Censo Agropecuário (2006). Elaborado pelo autor.

A região Nordeste se destaca com o primeiro posto em valor da produção, sendo responsável por R\$ 1.237.860.340,00, o que corresponde, em percentuais, a 41,42%.

relação ao ano de 2006, apenas 3 anos depois da criação do PAA e o PNAE, não possuía ainda a norma dos 30% das compras serem voltadas aos agricultores familiares.

Esse comportamento é explicado devido a grande quantidade de estabelecimentos agropecuários de agricultura familiar estarem inseridos nessa região, já que a maioria das agroindústrias são familiares (Gazolla, Waquil e Niederle, 2012). A segunda região é a Sudeste, que alcançou um valor da produção de R\$ 654.939.490,00, correspondendo a 21,91% a nível nacional, porém, se aproximando da metade dos valores da produção da região Nordeste.

A região Sudeste é seguida de perto pela região Norte, que possui um valor da produção de R\$ 569.814.550,00, correspondendo a um percentual de 19,07%. Nos últimos dois postos estão as regiões Sul, com R\$ 338.291.750,00, que em percentuais é igual a um valor da produção de 11,32%, e a região Centro-Oeste, com um valor da produção de R\$ 187.217.550,00, equivalente em percentuais a 6,26% dos valores produzidos pela agroindústria rural a nível nacional.

Em relação aos canais de escoamento a região Nordeste comercializa principalmente com intermediários (39,09%) e exporta também um percentual significativo da produção (24,31%). Menos importantes são as vendas diretas aos consumidores (12,57%), a produção não vendida (12,30%) e para as indústrias (10,57%). Na região Sudeste os circuitos predominantes são a venda para indústrias (41,22%), para os intermediários (33,34%) e diretamente para consumidores (12,77%), demonstrando haver uma maior apropriação dos valores da cadeia na comercialização dos alimentos por atores externos aos circuitos das agroindústrias.

Na região Norte os canais de comércio são dominados em 79,64% pelos intermediários, sendo uma situação bastante peculiar desta região, o que resulta em uma menor autonomia relativa dos agricultores em relação aos processos de vendas. Dificuldades de logística, especialmente, transporte e distribuição dos produtos explicam em muito este dado. Com menor significância aparecem as vendas diretas aos consumidores, com 10,92% da comercialização.

No Sul os valores da produção distribuem-se entre a produção não vendida (44,65%), a entrega direta aos consumidores (25,07%) e a comercialização com intermediários (21,93%). Nessa região as estratégias de autoprovisionamento do consumo das famílias para a garantia de sua autonomia e segurança alimentar são muito importantes e as vendas através de cadeias curtas são predominantes em termos de inserção nos circuitos de mercados, se comparadas às outras regiões do país. A região Centro-Oeste possui um perfil de canais de vendas parecidos com os do Nordeste, pois os principais circuitos são a exportação (33,17%) e a venda para indústrias (30,21%), seguidos pela comercialização para intermediários (16%) e consumidores (10,14%).

Já o Gráfico 1 apresenta os dados de nove alimentos e produtos dos trinta e dois levantados pelo IBGE para as agroindústrias do país, incluindo somente as familiares.² Optou-se por analisar apenas alguns dos alimentos mais representativos economicamente e com grau de processamento mais elevado, que melhor caracterizam o que seria agroindustrialização das matérias primas. Os canais de

² O recorte em agroindústrias familiares e não familiares foi realizado com base na Lei da Agricultura Familiar de 2006 e os dados foram obtidos diretamente do IBGE, devido à cooperação técnica estabelecida em projeto de pesquisa da UFRGS/IBGE/IPEA.

comercialização foram agrupados em venda para intermediários, venda direta ao consumidor (as cadeias curtas) e outras vendas.³ Segundo o Gráfico 1, a situação de venda via cadeias curtas das agroindústrias familiares é bem variada entre os diferentes alimentos analisados. Há produtos que superam os percentuais de 60% de vendas diretas, como os doces e/ou geleias (74,0%) e embutidos (68,0%). Também relevante na comercialização direta está o fubá de milho, com 45% de suas vendas sendo realizadas diretamente aos consumidores finais.

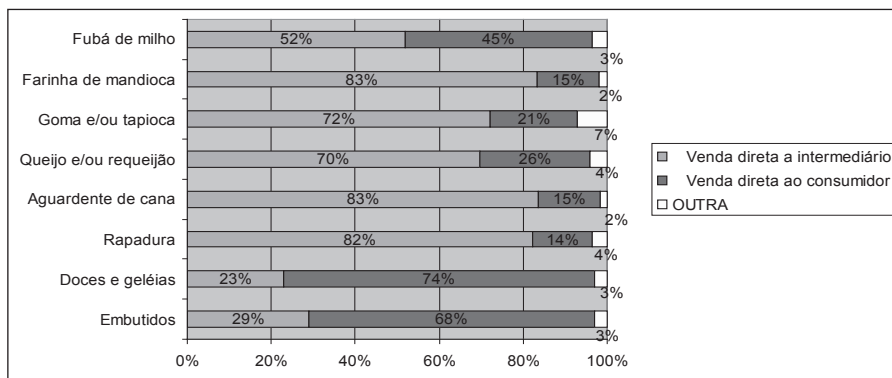


Gráfico 1. Brasil – Destinos da produção total vendida da agroindústria rural pertencente à agricultura familiar.

Fonte: IBGE – Censo Agropecuário (2006). Elaborado pelos autores do Projeto de pesquisa UFRGS/IBGE/IPEA (2010).

Os demais alimentos da agroindústria familiar possuem percentuais menores que 30% de vendas através das cadeias curtas. São os casos, respectivamente por ordem de grandeza, dos queijos e/ou requeijão (26,0%), goma e/ou tapioca (21,0%), farinha de mandioca e aguardente de cana, as duas quase empatadas (15,0%) e a rapadura (14%). Grosso modo, estes dados mostram a relevância dos canais diretos de vendas de alimentos das agroindústrias familiares, mesmo que em proporções muito variadas entre produtos.

Embora alguns produtos possuam grande relevância de comercialização direta, a maioria dos nove alimentos comercializados pelas agroindústrias familiares possuem percentuais acima de 70% de vendas para intermediários: farinha de mandioca (83,0%), aguardente de cana (83,0%), rapadura (82,0%), goma e/ou tapioca (72,0%), queijo e/ou requeijão (70,0%) e fubá de milho (52,0%). Estes dados demonstram que a dinâmica comercial das agroindústrias familiares ainda está muito assentada na depen-

³ A categoria “OUTRA” inclui os seguintes destinos somados: venda ou entregue a cooperativas; venda para a indústria; entregue à empresa integradora; venda entregue ou doada ao governo federal ou estadual e exportada.

dência de entrega da produção para agentes intermediários, que a revendem, ficando com as maiores fatias de valores agregados na comercialização. Do ponto de vista dos processos reprodutivos das experiências isso gera perda de rentabilidade, transferência do valor agregado a outros atores, diminuição de sua autonomia relativa e transfere a responsabilidade/habilidades comerciais a outros agentes da cadeia produtiva.

Estes canais de vendas variam em função das particularidades do contexto de inserção das agroindústrias em suas diversas regiões, sendo fatores determinantes o tipo de produto, suas características, a dispersão territorial das iniciativas, a existência de unidades agroindústrias mais consolidadas, o grau de informalidade das agroindústrias e a presença de centros consumidores próximos. A combinação destes diferentes fatores regionalmente é que faz haver variações em termos dos circuitos acessados pelas unidades agroindustriais.

Dinâmica e tipos de cadeias curtas das agroindústrias familiares

O objetivo desta seção é apresentar os tipos e a dinâmica de alguns canais de comercialização das agroindústrias familiares. Os canais de comercialização existentes foram agrupados segundo uma “tipologia”, em seis tipos, como fica explícito na Figura 1: (a) os canais institucionais; (b) cadeias curtas ou venda direta agricultor-consumidor; (c) vendas em eventos; (d) as cadeias longas; (e) as venda formais; e (f) os canais coletivos e em redes. Na sequência discutem-se alguns aspectos principais de cada um dos canais de comercialização.

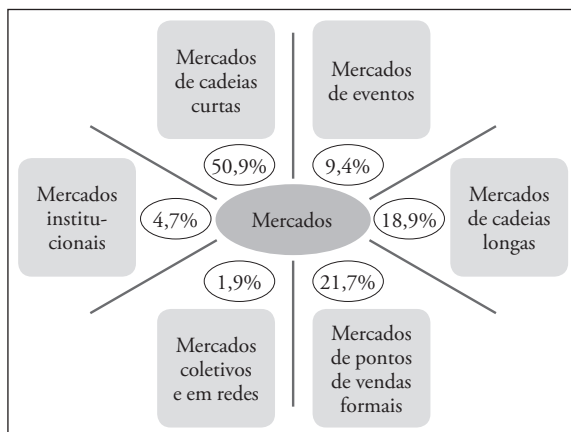


Figura 1. Tipologia dos canais de comercialização construídos pelas agroindústrias familiares e seus percentuais de participação relativa.

Fonte: Gazolla (2012).

Vale ressaltar que embora as cadeias curtas representam, segundo a Figura 1, 50,9% do total de vendas das agroindústrias, esse percentual é somente das vendas que ocorrem diretamente dos agricultores para com os consumidores. Se utilizar-se da ideia de Darolt (2013), em considerar até um intermediário como cadeia curta de venda indireta, esse percentual é bem maior, pois canais como os formais, vendas em eventos, vendas coletivas e em redes, e mesmo os institucionais, possuem muito desta dinâmica de um intermediário, ou até vendas diretas mesmo agricultores-consumidores. Assim, esse percentual contido na Figura 1, na prática, é bem maior. Ele também é maior do que os contidos nos dados do IBGE, que fica em 13,56% somente, considerando as vendas diretas agricultor-consumidores.⁴

Os canais institucionais

Conforme a Figura 1, as vendas ao PAA e ao PNAE possuem 4,7% do total comercializado pelas agroindústrias, lembrando que este dado é relativo a 2006, ano de levantamento do mesmo, quando o PAA existia somente há três anos. A pesquisa mostrou que os mercados institucionais deram um novo alento aos agricultores, que chegam a afirmar que antes do PAA e do PNAE “a dificuldade era vender os produtos” e que atualmente a “dificuldade é produzir para suprir estes mercados”. Em alguns casos investigados as entidades compradoras destes produtos chegam a ligar ou vir buscar os produtos na residência dos agricultores, em função da exigência de cumprimento dos 30% obrigatórios de compras da agricultura familiar estabelecidos pelo PNAE.

Grosso modo, estes canais exercem três efeitos junto às agroindústrias. Primeiro fortalecem as atividades produtivas e a economia das famílias, havendo incremento de produção de vários dos produtos e das rendas geradas com as vendas. O segundo é o estímulo à inserção em novos tipos de canais que os programas geram, pois estas iniciativas de agroindustrialização passam a relacionarem-se, através das vendas, com uma gama crescente de instituições públicas, consumidores, entidades e organizações sociais que não faziam parte da sua dinâmica no período anterior aos programas. Como terceiro efeito, cita-se o fortalecimento dos circuitos locais de produção-consumo, já que estes programas aproximam produtores dos consumidores, religando-os em novas dinâmicas e estimulando o consumo local dos alimentos.

As cadeias curtas ou vendas diretas agricultores-consumidores

As cadeias curtas possuem 50,9% das vendas diretamente para os consumidores (Figura 1), sendo o principal canal de distribuição dos alimentos das agroindústrias. Geralmente as vendas ocorrem na própria agroindústria, nas ruas, locais de trabalho, entrega em residências, feiras do produtor, entre outros locais. Grosso modo, dois conjuntos de fatores explicam a sua predominância nas transações locais entre agricultores

⁴ Consultar Waquil et al. (2014) para ver algumas notas metodológicas sobre os dados do Censo Agropecuário do IBGE (2006) e por que os dados do mesmo, que trabalha com a noção de agroindústria rural são tão diferentes dos auferidos a campo sobre as agroindústrias familiares.

e consumidores. Primeiro é uma questão que possui base na legislação alimentar, pois a grande maioria das iniciativas (72,64% das agroindústrias) são informais perante o ambiente institucional do Estado. Isso é o principal fator que leva estas experiências a acessarem estes canais, que ficam a margem dos parâmetros normativos da legislação agroalimentar oficial.

Em outros casos os agricultores nem desejam se legalizar perante estes mercados. Primeiro os agricultores sabem que para se formalizarem possuirão maiores custos de produção e de transação associados ao processo produtivo e de comercialização dos alimentos. Em segundo lugar, eles conseguem escoar a sua produção sem problemas, pois estes canais diretos desenvolvem-se devido às relações sociais de proximidade, interconhecimento e transações repetidas entre os atores sociais. Isso gera lealdades mútuas e confiança, que faz com que as compras dos alimentos sejam frequentes, mesmo não havendo um “selo institucional” (Wilkinson, 2008).

Em terceiro lugar há acordos tácitos entre os agricultores, consumidores e os atores sociais presentes nas instituições de fiscalização de alimentos que asseguram que estes produtos em determinadas ocasiões possam acessar os mercados. Em alguns casos, devido à amizade com a família e conhecimento dos produtos que a Vigilância Sanitária possui, deixa-se vender livremente no município, e inclusive os fiscais vão à casa do agricultor comprar. Isso foi constatado em casos de venda da erva-mate ecológica de barbaquá. Ou ainda, nas feiras do produtor, as instituições locais fazem um acordo tácito coletivo, em que não é possível a aplicação de sanções as experiências que estão comercializando produtos dessa natureza, para que estas possam viabilizar as vendas.

Estes canais diretos também são tidos como principais pelos agricultores em função da autonomia que estes lhes preservam, pois nestes os agricultores produzem seus alimentos, os vendem aos seus consumidores conhecidos e leais, a preços negociados na hora da troca e não dependem da legislação institucional. Um exemplo dessa autonomia é que em 86,7% das vendas são feitas pelo próprio núcleo familiar, sem haver intermediários ou vendedores contratados. A força motriz que dita a evolução e dinâmica destes canais são as estratégias adotadas pelo núcleo familiar em comercializar os alimentos na esfera local.

Os canais de eventos

Estes canais são responsáveis por 9,4% das vendas. Eles são compostos pelas vendas em feiras, eventos, festas e nas exposições locais e extra locais. Possuem aspectos de cadeias curtas, pois se caracterizam pela proximidade entre consumidores e agricultores nas transações, já que uma parte ocorre localmente. Apesar de possuírem vendas, a sua característica central é a divulgação dos produtos, através de degustações, visualização dos alimentos e conversa com o público visitante. Caracterizam-se ainda por serem canais formais e informais, um misto de situações ante às instituições reguladoras.⁵

⁵ As feiras são a principal estratégia de comercialização utilizada no país. Segundo documento de mapeamento das feiras como instrumento de segurança alimentar e nutricional feito pelo MDS (Brasil, 2014),

Apesar destas características, estes canais possuem uma segunda importância para as iniciativas. Eles são uma das formas que estes alimentos alcançam maiores distâncias espaciais, chegando a outras regiões e até estados do Brasil, como é o caso da participação de algumas experiências investigadas em Feiras da Agricultura Familiar em Porto Alegre/RS, Rio de Janeiro e Brasília. Mesmo sendo experiências informais, devido a acordos tácitos entre instituições como o MDA, Vigilância Sanitária e os organizadores das feiras e eventos, estes produtos ampliam o seu raio de comercialização. Outra forma disso acontecer é através das redes sociais que estas famílias conseguem construir com outros atores (amigos, parentes, compadres, etc.), que servem para realizar a divulgação e comercialização dos seus produtos a distâncias mais longas.

As cadeias longas de distribuição

As agroindústrias também acessam as cadeias longas de distribuição, com 18,9% das vendas, o terceiro lugar em importância (Figura 1). Possuem esse nome em função das grandes distâncias percorridas pelos produtos, geralmente transportados da região de produção, com a comercialização e consumo acontecendo em outros locais (desconexão entre produção e consumo). Estas vendas são destinadas a suprir principalmente redes de supermercados, compradores intermediários, indústrias e atacadistas, que redistribuem a produção. Nesse sentido, estes resultados corroboram as conclusões de Marsden e Sonnino (2006), que afirmaram que as cadeias curtas e longas, em muitos casos, ocorrem integradas na realidade empírica de muitas experiências alternativas ao sistema agroalimentar vigente.

A característica central destes canais é o que a literatura internacional chama de *foods miles*, pois os alimentos percorrem longas distâncias antes de serem consumidos. Essa estratégia é pouco sustentável do ponto de vista ambiental e econômico, pois os custos de energia são altos para deslocar espacialmente estes alimentos (Pretty et al., 2005). Geralmente, este tipo de canal de comercialização é característico de iniciativas formalizadas há algum tempo, com uma escala de produção maior e agroindústrias já bem sedimentadas nos mercados, que poderem suprir as demandas destes compradores.

Entretanto, este relacionamento com as cadeias longas inspira cuidados aos agricultores, pois a dependência em relação à GDA (Grande Distribuição Agroalimentar) pode ser grande em termos de fixação de preços, cláusulas em contratos e margens de rentabilidade. Essas agroindústrias estão entrando em cadeias produtivas e comerciais com regras e dinâmicas já institucionalizadas, nas quais a construção de margens de manobra para estas iniciativas é muito pequena, pois estão subjugadas pelos impérios agroalimentares (Ploeg, 2008).

a quantidade de feiras livres e agroecológicas no Brasil são 5.119 feiras livres, em 1.176 municípios. A maioria delas (83%) com periodicidade semanal, além de 1.331 feiras agroecológicas ou com produção orgânica em 624 municípios.

Os pontos de vendas formais

São canais responsáveis por percentuais altos de comercialização das agroindústrias, 21,7% das vendas, sendo o segundo maior, ficando atrás somente das cadeias curtas (Figura 1). Geralmente são pontos de comercialização ou de consumo de alimentos como supermercados locais, bares, as chamadas “bodegas”, restaurantes e cantinas. Na Europa são conhecidas como canais “Ho-Re-Ca” (Hotel-Restaurante-*Catering*) (Gosamo, 2012). Eles exigem a formalização das agroindústrias para colocar seus produtos a venda, sendo canais restritivos as experiências informais. Muitos agricultores não conseguem se inserir nesses mercados por não possuírem suprimentos em escala suficiente, com um fluxo contínuo de produção o ano todo (sazonalidade produtiva) e devido aos padrões de qualidade exigidos.

Entretanto, muitas experiências informais se utilizam destes canais nas suas origens para colocar os seus produtos, viabilizando seus processos iniciais de reprodução social. São exemplos, a venda de erva-mate ecológica a supermercados locais, bares e “bodegas” (em sacos de 60 kg) e a cachaça informal em “litros pet” comercializada com supermercados e bodegas. Em outro caso pesquisado, vendiam-se derivados de carne suína a 12 municípios vizinhos, somente com o Sistema de Inspeção Municipal (SIM). Nesse caso, houve também acordos tácitos entre o agricultor, instituições dos municípios e as agências de Vigilância Sanitária e fiscalização para que estes produtos pudessem ser comercializados.

Canais coletivos e em redes

Estes canais são caracterizados por organizações sociais coletivas formando redes em torno das agroindústrias, objetivando a comercialização dos alimentos. São responsáveis por 4,9% das vendas das agroindústrias, em muitos casos possuindo dinâmicas de cadeias curtas. São constituídos por cooperativas, associações, feiras de produtores, quiosques e grupos de agricultores. Um exemplo típico destes canais é a Rede de Cooperativas das Agroindústrias Familiares (Recosol) (Figura 2).

A constituição da Recosol foi em 2007, no município de Boa Vista das Missões/RS, sendo considerada a primeira rede estadual de cooperativas de agroindústrias familiares do RS. Na Figura 2 observa-se que a Recosol funciona como uma “central de comercialização” e de organização social destas experiências. Ela é o centro dinâmico de uma série de cooperativas, associações, agroindústrias e quiosques que gravitam em torno da mesma, formando uma rede territorial coletiva, parecida com o que Wiskerke e Ploeg (2004) chamaram de Cooperativas Territoriais da Floresta da Frísia.

Esta organização em números representa cerca de 70 agroindústrias familiares de várias cadeias produtivas. Quanto ao número de cooperativas e associações, por ocasião da pesquisa em 2011 eram 17, todas ligadas à agricultura e agroindústrias familiares, espalhadas num raio de 34 municípios, na mesma espacialização que compõem as políticas territoriais do MDA, do qual muitas experiências são signatárias. Os quiosques de comercialização são em número de 6 e as feiras de produtores em número de 3, espalhados pelos municípios formando uma rede de vendas.

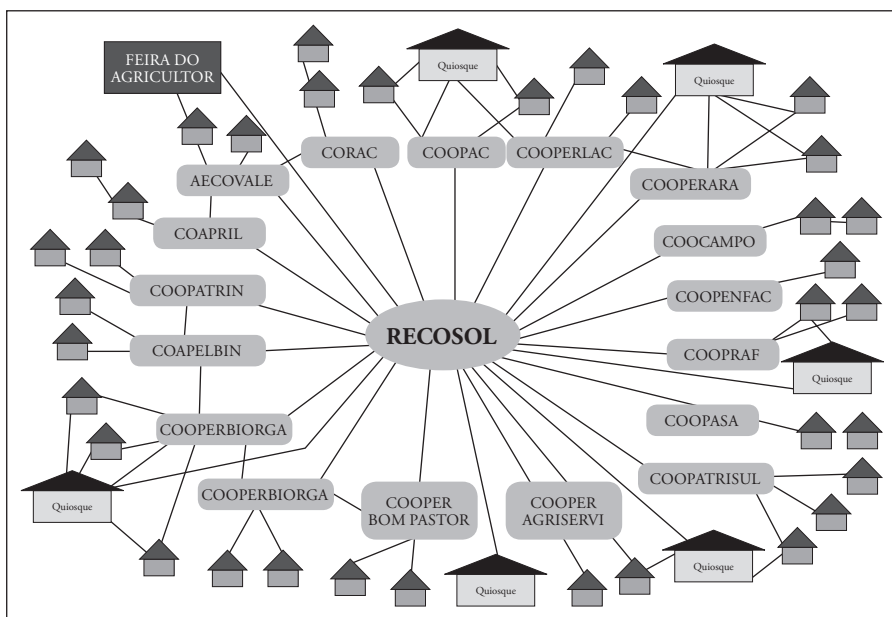


Figura 2. Organização social da Rede de Cooperativas das Agroindústrias Familiares (Recosol).

Fonte: Gazolla (2012).

A Recosol é um esforço dos atores sociais, principalmente os agricultores e suas organizações, que se dirige em três direções importantes no sentido de construção de cadeias curtas: (a) ganhar escala de produção e comercialização agindo de forma coletiva, para conseguir sobreviver num cenário de crises econômicas e de globalização da economia; (b) reduzir custos de transação e produção, pois coletivamente viabilizam várias necessidades em conjunto para as experiências e organizações (por exemplo, uma única marca própria, rótulo, legalizações diversas, código de barras, equipes de técnicos, etc.);⁶ (c) ampliar espaços políticos e organizativos para poder barganhar recursos diferenciados frente ao Estado, políticas públicas e as legislações agroalimentares.

Oportunidades e desafios à construção de cadeias curtas pelos atores sociais

O objetivo desta seção é de discutir as principais oportunidades e desafios à construção de cadeias curtas pelos atores sociais, tanto do ponto de vista das agroin-

⁶ Funciona em moldes similares a União das Cooperativas das Agroindústrias Familiares do Oeste Catarinense (UCAF), ligada a Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense (Apaco). Ver site: <http://www.apaco.org.br/apaco.html>.

dústrias como em relação aos consumidores que adquirem estes alimentos. A análise é baseada na ideia de que os atores sociais são os principais construtores ativos destes tipos de canais de escoamento alimentar, atuando de forma proativa (Long, 2006). O Quadro 1 apresenta as principais oportunidades, desafios e dificuldades das agroindústrias familiares em comercializar seus alimentos através das cadeias curtas, sejam elas experiências individuais ou coletivas.

Os agricultores e agroindústrias

Como oportunidade para as agroindústrias, registra-se os maiores níveis de valor agregado gerados pela prática da agroindustrialização e comercialização direta, já que as matérias primas passam por dois processos de valoração: o primeiro sendo a transformação agroindustrial (processamento), e o outro de cunho comercial, a venda direta, que elimina os intermediários comerciantes que ficariam com o valor agregado. Ainda em relação ao valor agregado, a pesquisa evidenciou que os agricultores recebem maiores níveis de preços na venda direta, comparativamente, se entregassem seus alimentos aos intermediários ou a GDA.

Os mercados institucionais do PAA e do PNAE também se colocam como oportunidades à medida que ampliam os horizontes de possibilidades de vendas dos alimentos das agroindústrias, especialmente as de derivados vegetais, que são mais procurados pelas escolas. Além disso, os estudos mostram que as compras públicas possuem a capacidade de fazer as agroindústrias diversificarem seus canais de vendas, construindo novos mercados, muitos sendo novas cadeias curtas agroalimentares. Também há ampliação do leque de alimentos processados e colocados à disposição dos consumidores.

Em outra dimensão, há um processo crescente de reconhecimento institucional pelos diferentes níveis do Estado (municípios, estados e federal) do papel das agroindústrias na construção dos mercados. Tanto é assim, que vários municípios e estados tem desenhado programas de apoio a cadeias curtas de alimentos, como é o caso do RS (Sabor Gaúcho) e PR (Fábrica do Agricultor), só para citar dois. Em pesquisa realizada no norte do RS, em 2012, com uma pequena amostra de sete agroindústrias investigadas, encontraram-se onze programas e políticas públicas diferentes que apoiavam as sete iniciativas, com diferentes ações, enfoques e dimensões dos processos comerciais, mostrando a importância que as ações estatais têm destinado às agroindústrias.

Outra potencialidade das experiências é produzirem alimentos com diferenciais de qualidade, se comparados aos alimentos da GDA. Embora não sejam todas as agroindústrias que processam alimentos com especificidades qualitativas, uma parte das mesmas fabricam alimentos agroecológicos, artesanais, “coloniais”, com atributos étnicos, orgânicos, “da agricultura familiar”, entre outros, que auferem preços prêmio, ganham reconhecimento de consumidores saudáveis e sustentáveis e acendem a cadeias curtas, devido a estes atributos diferenciais de qualidade presentes (Brunori et al., 2010).

Como oportunidades aos agricultores aparecem dois últimos aspectos, que, inclusive, estão na base dos princípios pelos quais as cadeias curtas funcionam. O

primeiro é o que a Sociologia Econômica chama de relações sociais de proximidade (*embeddedness*), no sentido que as cadeias curtas de alimentos funcionam devido ao interconhecimento, às relações sociais de confiança e aos contratos existentes entre agricultores e consumidores nos pequenos municípios, em que as transações ocorrem mediadas pelo repertório sociocultural dos atores envolvidos.

QUADRO 1
Oportunidades, desafios e dificuldades das agroindústrias familiares na construção de cadeias curtas de comercialização dos alimentos

Ator social	Oportunidades	Desafios e dificuldades
<p>Agricultores familiares donos de agroindústrias (experiências individuais e coletivas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Obtenção de maior valor agregado pelo encurtamento dos elos da cadeia produtiva; • Recebimento de maiores preços pelos alimentos, em relação aos pagos pela GDA; • Mercados institucionais (PAA e PNAE) ajudam a ampliar cadeias curtas e vendas; • Possibilidade de inovar e diversificar portfólio de produtos e processos agroalimentares; • Crescente reconhecimento da importância pelo Estado em diferentes níveis institucionais; • Os alimentos em muitos casos são artesanais, étnicos, orgânicos, da agricultura familiar, agroecológicos, etc., sendo vistos como diferenciados em relação à GDA; • Vendas baseiam-se em relações de proximidade social, interconhecimento e confiança mútua dos atores (agricultores-consumidores); • Experiências individuais baseiam-se em economias de escopo e as coletivas ganham escala mínima através do associativismo/cooperativismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Altos índices de experiências na informalidade institucional, em vários níveis territoriais e dimensões (sanitário, ambiental, jurídico, fiscal, etc.); • Manter o fornecimento de alguns alimentos durante o ano todo, devido à estacionalidade da produção; • Dificuldades de gerir toda a cadeia de produção (produção de matérias primas – processamento – mercado – administração do negócio); • Poucos membros familiares na unidade de produção (há falta de força de trabalho); • Necessidade de readequação de alguns alimentos para acesso aos mercados institucionais (mudanças de tamanho em relação à embalagem, na embalagem, formato do alimento, características específicas, etc.); • As políticas públicas e programas atuam muito focalizados no fornecimento de crédito rural e estruturas de processamento; • Pouco apoio institucional a nível local e dificuldades de implementar os Sistemas de Inspeção Municipais (SIM); • Dificuldades em expandir redes de comercialização e consumo locais, nos pequenos municípios (scale up das experiências);

Fonte: Elaboração do autor.

O segundo princípio é a presença de economia de escopo na viabilização das agroindústrias, aspecto central na lógica de operação das cadeias curtas, já que possibilita aos agricultores individuais desenvolverem as habilidades e conhecimentos

necessários à comercialização. No caso de experiências coletivas, a viabilidade das experiências está associada à formação de associações/cooperativas, que permitem o ganho de escala mínimo e oferta de uma base de serviços às agroindústrias. Este é o caso de experiências coletivas no sul do país, como a União das Cooperativas de Agroindústrias Familiares do Oeste Catarinense (UCAF) (Oliveira e Mior, 2014).

Já do lado dos desafios e dificuldades a construção das cadeias curtas pelas agroindústrias, ressalta-se o grande número de experiências informais perante as instituições reguladoras da produção de alimentos (Quadro 1). Em pesquisa conduzida no norte do RS, encontrou-se mais de 72% das agroindústrias atuando desta forma perante os critérios sanitários. Isso gera dificuldades maiores à construção de cadeias curtas, para estas expandirem-se além dos municípios e locais em que as iniciativas nascem; além de barrar a comercialização dos alimentos para os mercados institucionais do PAA e do PNAE, que exigem a legalização das agroindústrias e readequações de processos de produção dos alimentos, como novas embalagens, tamanhos de alguns produtos e características físicas.⁷

Aliado a isso, as políticas e programas públicos que visam apoiar as agroindústrias, de maneira geral, ofertam apenas crédito rural e infraestruturas de produção (máquinas, equipamentos e planta agroindustrial), deixando em segundo plano aspectos como: encaminhamento da formalização, fornecimento de técnicos capacitados a atuar com as iniciativas, assistência técnica, melhoria da qualidade dos alimentos, entre outros aspectos que também são necessários para viabilizar as agroindústrias. Soma-se a isso, que muitos municípios não possuem nem o Sistema de Inspeção Municipal (SIM) implantados e funcionando, sendo que, nestes locais, as cadeias curtas de agroindustrialização (as de derivados animais) possuem muito mais dificuldades de serem construídas pelos agricultores.

Outras dificuldades concentram-se no tamanho reduzido das famílias, que são a célula central deste tipo de cadeia comercial e produtiva. Neste caso, a dificuldade é realizar todas as operações de trabalho e gestão nas agroindústrias, já que são os membros do grupo doméstico os responsáveis pela produção das matérias-primas – agroindustrialização – comercialização – distribuição dos alimentos. Alia-se a isso a sazonalidade produtiva, por exemplo, de alguns alimentos vegetais, quando a oferta anual oscila, mas os consumidores demandam alimentos durante todos os períodos do ano. Isso gera desafios de armazenamento de produtos, necessidade de suprir demandas de consumo em período de entressafra, viabilizar estruturas de acondicionamento dos alimentos como *freezers*, entre outras questões que são desafios colocados aos agricultores.

⁷ É o caso das rapaduras com amendoim, que anteriormente ao PNAE as agroindústrias comercializavam em tamanhos de 300 ou 500 gramas, podendo serem fabricadas de forma mais sólidas. Atualmente para serem servidas aos estudantes as rapaduras devem ser de 50 gramas e mais macias, especialmente para crianças e pré-adolescentes.

Os consumidores formam o outro lado da equação das cadeias curtas. Estes também possuem oportunidades e dificuldades neste tipo de relacionamento com os agricultores (Quadro 2). Dentre as principais oportunidades está o custo dos alimentos das agroindústrias, que de maneira geral e comparativa com a GDA é menor, beneficiando os consumidores, em termos de economia de gastos. Além disso, estes alimentos possuem qualidades superiores em relação à GDA, pois os mesmos são encontrados em formatos agroecológicos, artesanais, levando em conta os valores da agricultura familiar, processados sem conservantes e definidos pelos seus compradores como “mais nutritivos”. É a “virada pela qualidade”, a qual Goodman (2003) se refere, onde os consumidores começam a expressar a necessidade de outros valores em torno dos alimentos, que não são somente os ligados a aspectos sanitários e industriais.

Outra dimensão importante dos alimentos fornecidos pelas cadeias curtas aos consumidores é estarem de acordo com alguns princípios da segurança alimentar local dos seus compradores, como seguirem os hábitos alimentares e culturais da população do território, propiciar acesso facilitado e permanente aos alimentos demandados (possibilidade de comprar com grande frequência e facilidades nos locais de venda) e propiciar a aquisição de alimentos estacionais, que do ponto de vista nutricional seguem mais de perto os ritmos naturais de produção e nutrem o corpo humano de acordo com as suas necessidades específicas do período do ano.⁸

Aos consumidores mais políticos (Portilho, 2009) ou responsáveis (Brunori et al., 2010) é possível encontrar nestes alimentos provenientes das cadeias curtas agroindustriais valores sociais, ambientais e éticos buscados, por exemplo, ligados a preservação ambiental, saúde humana, bem estar animal, remuneração adequada aos agricultores e trabalhadores das agroindústrias e não exploração do trabalho escravo e infantil.

Quanto aos desafios e dificuldades do conjunto de consumidores que não compram alimentos das agroindústrias, há um aspecto que os conecta, que é certo grau de desconhecimento que possuem sobre os alimentos que circulam via cadeias curtas (Quadro 2). A grande maioria dos mesmos ainda não compra produtos diretamente das experiências, por não conseguirem visualizar os valores que conquistaram os outros consumidores (os consumidores que adquirem estes alimentos) e a especificidade de qualidade que os produtos oferecem. Além disso, como discutido na seção sobre os dados do Censo Agropecuário, há em alguns produtos elevado percentual de intermediação das vendas, que distanciam produção e consumo destes alimentos.

⁸ Observa-se que no verão (clima quente) os alimentos possuem maiores teores de água para hidratar o corpo. O exemplo são as frutas, legumes e verduras desta estação. Já no inverno (frio) os alimentos geralmente fornecem mais elementos calóricos ao organismo, para propiciar seu aquecimento. É o exemplo do abacate, rico em gorduras.

QUADRO 2

Oportunidades, desafios e dificuldades dos consumidores e compradores de alimentos através das cadeias curtas

Ator social	Oportunidades	Desafios e dificuldades
Consumidores e compradores de alimentos das agroindústrias	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilidade de comprar alimentos com menores preços, se comparados a GDA; • Alimentos estão de acordo com os hábitos alimentares, culturais e locais de consumo da população; • Possuem acesso facilitado e permanente aos alimentos e produtos, pois conhecem os agricultores e experiências; • Consomem alimentos estacionais, mais indicados a uma boa saúde e nutrição corpórea; • Possibilidade de adquirirem alimentos que consideram de “qualidades superiores” em relação à GDA (alimentos “mais naturais”, “da agricultura familiar”, “sem conservantes químicos”, agroecológicos, “mais nutritivos”, etc.); • Possibilidade de compras frequentes (semanais) e em locais já conhecidos e frequentados; • Garantia de que alguns valores sociais, ambientais e éticos estejam embutidos na aquisição dos alimentos (preocupações com a não exploração da força de trabalho, preservação ambiental, remuneração adequada dos agricultores, bem estar animal, etc.); 	<ul style="list-style-type: none"> • Alguns consumidores ainda não distinguem as características de qualidades específicas e diferenciadoras que os alimentos possuem, quando comparadas aos da GDA; • Alguns consumidores não adquirem os produtos devido a acreditarem que as experiências informais não garantem a segurança alimentar dos produtos; • A maior parte dos consumidores compram na GDA, devido a praticidade, comodidade, apelos de marketing e propaganda de empresas; • Há muitos intermediários e especuladores entre os agricultores e consumidores finais dos produtos; • Muitos consumidores ainda não são sensíveis em relação aos novos valores contidos nos alimentos (aspectos ligados ao meio ambiente, bem estar animal, responsabilidade social, valores éticos, não exploração da força de trabalho, etc.);

Fonte: Elaboração do autor.

Há ainda consumidores que possuem certo receio, por serem que os alimentos vendidos não são confiáveis, do ponto de vista da segurança alimentar. Também há um grupo de consumidores que preferem comprar na GDA, devido à comodidade e praticidade que estes pontos de comercialização oferecem aos mesmos. Neste sentido, há muito terreno para as cadeias curtas das agroindústrias avançarem junto aos consumidores, no sentido de conquistar mais adeptos, pois a grande maioria dos mesmos não adquire produtos diretamente das agroindústrias, mas abastecem-se na GDA com alimentos industrializados e provenientes de fora do local em que vivem (cadeias longas).

Considerações finais

As agroindústrias familiares têm se mostrado um espaço referencial de construção de cadeias curtas agroalimentares no Brasil. Quando se considera somente a venda direta, os dados do Censo Agropecuário do IBGE evidenciam que alguns alimentos, como doces e/ou geleias e embutidos, possuem mais de 60,0% da produção escoada dessa forma. Na região pesquisada, o Norte gaúcho, os dados mostram que 50,9% das agroindústrias existentes preconizam a venda direta agricultor-consumidores, por diferentes estratégias, desde a comercialização na agroindústria, em feiras do produtor, entrega em casa, venda no local de trabalho, nas ruas, entre outras.

Quando se amplia a definição de venda direta para a noção de cadeia curta, que prevê a presença de até um intermediário, o trabalho mostra que outros tipos de canais possuem características de cadeias curtas: (a) canais institucionais do PAA e PNAE; (b) as vendas em espaços formais (hotéis, restaurantes, quitandas, *catering*); (c) vendas em eventos (feiras da agricultura e/ou agroindústria familiar, expo feiras, feiras municipais, festas típicas); (d) canais coletivos e em redes (quiosques, cooperativos, associativos).

Estes outros canais em maior ou menor medida possuem traços de cadeias curtas, quando as vendas são locais, evidenciando que na realidade empírica, as cadeias curtas são bem mais representativas que a venda direta, que é 50,9% da comercialização das iniciativas. Além disso, notou-se a presença de cadeias longas de distribuição com 18,9% da comercialização, o que reafirma as conclusões de Marsden e Sonnino (2006) de que as experiências de redes agroalimentares alternativas ocorrem de forma integrada às experiências longínquas (social e espacial) do sistema agroalimentar vigente.

Do lado das agroindústrias, a construção de cadeias curtas oportuniza auferir maiores ganhos econômicos como retomar o valor agregado que era retido por intermediários e receber melhores preços pelos alimentos. Também gera reconhecimento do Estado, que tem apoiado as agroindústrias com políticas e programas públicos, bem como dos consumidores que adquirem estes alimentos por os perceberem como de “qualidades superiores” aos da GDA, por confiarem nos agricultores com os quais se relacionam frequentemente.

Entretanto, as cadeias curtas possuem algumas dificuldades para se estabelecerem, sendo as principais a grande informalidade institucional das experiências (72,64% das agroindústrias) e o não reconhecimento por uma grande parcela dos consumidores (a maioria dos mesmos) dos valores intrínsecos e de qualidade diferenciada dos alimentos processados. Assim, as duas questões chaves para a construção destes mercados agroindustriais estão ligadas em ampliar o processo de formalização de agroindústrias, bem como traçar estratégias de conquista de novos consumidores, que atualmente estão do lado da GDA.

Referências

BRASIL. MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL. *Mapeamento de segurança alimentar e nutricional nos estados e municípios: resultados preliminares*. 70p., 2014.

BRUNORI, G.; ROSSI, A.; MALANDRIN, V. Co-producing transition: innovation processes in farms Adhering Solidarity-based Purchase Groups (GAS) in Tuscany, Italy. *International Journal of Societal of Agricultural and Foods*, v. 18, n. 1, p. 28-53, 2010.

DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (Org.). *Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura*. Curitiba: Kairós, 2013.

GAZOLLA, M. *Conhecimentos, produção de novidades e ações institucionais: cadeias curtas das agroindústrias familiares*. 292 f. 2012. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

GAZOLLA, M.; NIEDERLE, P. A.; WAQUIL, P. D. Agregação de valor nas agroindústrias rurais: uma análise com base nos dados do Censo Agropecuário. *Revista Paranaense de Desenvolvimento*, Curitiba, n. 122, p. 241-262, jan./jun. 2012.

GIDDENS, A.; BECK, U.; LASH, S. *Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. São Paulo: Editora da Unesp, 1997.

GOODMAN, D. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, 19, p. 1-7, 2003.

GOSAMO, E. *Biologico a km zero: filiera corta, contesti solidali locali, territorio e ambiente*. Martellago: Ecoistituto del Veneto "Alex Langer", 2012.

GUIVANT, J. S.; SPAARGAREN, G.; RIAL, C. (Org.). *Novas práticas alimentares no mercado global*. Florianópolis: Editora da UFSC, 2010.

IBGE. *Censo Agropecuário de 2006*. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: março de 2011.

LONG, N. *Sociologia del desarrollo: una perspectiva centrada en el ator*. Ciudad de México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores, 2006. 504 p. (Colección Investigaciones).

MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis*, v. 40, n. 4, p. 424-438, oct. 2000.

MARSDEN, T.; SONNINO, R. Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. *Journal of Economic Geography*, Cardiff, v. 6, p. 181-199, 2006.

OLIVEIRA, D. E.; MIOR, L. C. (Org.). *Inovações na agricultura familiar: as cooperativas descentralizadas de Santa Catarina*. Florianópolis: Editora Insular. 2014.

PELEGRINI, G.; GAZOLLA, M. Caracterização e análise das agroindústrias familiares da Região do Médio Alto Uruguai (CAAF). *Projeto de pesquisa*. Edital FAPERGS 001/2005 – PROCOREDES, Frederico Westphalen, 2006, 10 p.

PLOEG, J. D. van der. *Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008. 372 p. (Estudos Rurais).

PLOEG, J. D. van der.; JINGZHONG, Y.; SCHNEIDER, S. Rural development reconsidered: building on comparative perspectives from China, Brazil and the European Union. *Rivista di Economia Agraria*, Roma, LXV, n. 2, p. 163-19, giugno 2010.

PORTILHO, F. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. *Política & Sociedade*, v. 8, n. 15, p. 199-224, out. 2009.

PRETTY, J. N.; BALL, A. S.; LANG, T.; MORISON, J. I. L. Farm costs and food miles: An assesment of the full cost UK weekly food basket. *Food Policy*, v. 30, p. 1-19, 2005.

RENTING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: Exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning*, Wageningen, v. 35, p. 393-411, 2003.

WAQUIL, P. D. et al. O perfil da agroindústria rural no Brasil: uma análise com base nos dados do Censo Agropecuário 2006. In: SCHNEIDER, S.; FERREIRA, B.; ALVES, F. (Org.). *Aspectos multidimensionais da agricultura brasileira: diferentes visões do Censo Agropecuário 2006*. Brasília: IPEA, 2014.

WILKINSON, J. *Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008. (Série Estudos Rurais).

WISKERKE, J. S. C.; PLOEG, J. D. van der. (Eds.) *Seeds of transition: essays on novelty production, niches and regimes in agriculture*. Wageningen: Royal Van Gorcum, 2004, 356 p.

Construindo a confiança nas cadeias curtas: interações sociais, valores e qualidade na Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo/RS

Abel Cassol
Sergio Schneider

Introdução

O processo de encurtamento das relações entre produtores e consumidores que se situam em uma determinada cadeia de produção agroalimentar consiste em um esforço de reorientação das relações de troca que se assenta, essencialmente, na tentativa de reconstruir os elos e as ligações pessoa a pessoa que caracterizam as interações econômicas de compra e venda. Este esforço procura responder a um dos problemas gerados pelo capitalismo contemporâneo, que é precisamente o fato de que as relações de troca se tornaram demasiadamente artificiais, impessoais e nem sempre os consumidores confiam e acreditam no que dizem os rótulos e certificados inscritos nas embalagens dos produtos. Trata-se, em essência, do processo de fetichismo das mercadorias, ao qual se referia Marx na análise da transformação dos valores de uso em valores de troca.

Para fazer frente a esta tendência de desidentificação das mercadorias alimentares, produtores e consumidores de alimentos passaram a procurar reduzir as distâncias que os separam e resgatar os elos de contato. Este processo tem sido chamado de cadeias curtas. Os promotores das cadeias curtas procuram resgatar um dos aspectos centrais na realização de qualquer transação econômica, que é a confiança do consumidor no produto ou mercadoria que está comprando. A questão da confiança nas relações econômicas vem assumindo um interesse cada vez maior, a tal ponto que a sociologia, particularmente a sociologia econômica, venha retomar este tema e colocá-lo no centro das suas reflexões. Vale lembrar que a confiança e a crença estão no cerne de uma das vertentes fundadoras da própria sociologia, a partir dos trabalhos de Durkheim (2010) e, sobretudo, de Marcel Mauss (1974).

O objetivo deste capítulo consiste em refletir sobre o tema da confiança nas relações entre produtores e consumidores que organizam as suas relações de troca de tal forma a caracterizar uma cadeia curta de comércio. Neste sentido, entendemos cadeias curtas como o conjunto de relações que possuem a capacidade de ressocializar e/ou reespacializar os alimentos (Marsden et al., 2000). Isto é, as cadeias curtas de abastecimento são aquelas nas quais a natureza das relações estabelecidas entre produtores e consumidores permite aos segundos realizar julgamentos valorativos em torno da comida. Portanto, a definição deste tipo de cadeia não está ligada ao número de intermediários e/ou de pessoas que tiveram contato com os produtos ou a distância percorrida por estes, mas ao fato de as mercadorias estarem imersas em informação ao chegarem aos consumidores (Kneafsey et al., 2013).

Em tais cadeias de abastecimento, o papel dos consumidores tem sido cada vez mais destacado (Warde, 1997). Isto ocorre porque a construção destas cadeias está vinculada a valores sociais e culturais compartilhados localmente, o que é permitido – e estimulado – pelas relações de sociabilidade e interconhecimento proporcionadas através das interações estabelecidas nestes mercados (Marsden et al., 2000; Brunori, 2007).

Para Brunori (2007), as relações de confiança – juntamente com a localização da produção e do consumo e do papel desempenhado pelos valores sociais e culturais nas transações econômicas – são um dos três pilares básicos responsáveis pelo encurtamento das distâncias entre quem produz e quem consome, fortalecendo (novos) mercados e contribuindo no desenvolvimento de práticas mais sustentáveis.

Desta forma, uma das questões centrais nos estudos sobre as novas relações entre produtores e consumidores de alimentos refere-se ao resgate das relações interpessoais entre os agentes, trazendo à tona a questão do interconhecimento e da confiança. Na medida em que cresce o interesse dos consumidores pela procedência dos alimentos que compram, surge um conjunto de novas questões associadas, entre as quais as distintas formas de mediação e acreditação desta relação.

Neste sentido, como pode, afinal, o consumidor acreditar que os alimentos que compra diretamente do seu produtor-fornecedor são limpos de agroquímicos e produzidos de forma a garantir a sustentabilidade da biodiversidade e o bem-estar dos envolvidos em sua produção? De que forma estas relações são construídas e em que dispositivos elas se assentam?

Essas são perguntas fundamentais para entender como se dá a construção de espaços alternativos de troca econômica, em que atores diferentes estabelecem uma relação que não se baseia apenas no interesse pelo ganho de um lado e pela vontade de alcançar o melhor valor por outro. Há algo mais nesta relação de produtores e consumidores de alimentos, que faz com que ambos adotem novas práticas de produção e de consumo que divirjam daquelas comumente adotadas, consolidando relações econômicas e sociais, nas quais valores morais e culturais são mobilizados para justificar e construir tais espaços alternativos.

Este é o caso das relações de confiança, que ao assentar-se em uma diversidade de valores e justificações, permitem que as lógicas mercantis sejam permeadas por outras dimensões, através das quais o componente econômico (os preços, por exemplo) se torna secundário (Polanyi, 1980).

Todavia, estas relações de confiança podem assumir distintas formas, que se refletem nos diferentes tipos de valorização e qualificação atribuídas aos alimentos por parte dos atores e na mobilização de uma variedade de valores que são acessados para justificar escolhas e práticas cotidianas de produção e consumo. Há os consumidores que atribuem a confiança aos selos ou mecanismos formais de certificação, considerando que tal critério técnico – que também é legitimado por valores – é o que garante a confiabilidade do produto, que pode ter sido produzido sem o uso de agrotóxicos ou de forma justa (*fair trade*).¹ Mas também há aqueles consumidores para os quais os critérios técnicos não são tão relevantes, sendo que a confiança nos alimentos acaba decorrendo de critérios tácitos, tais como relações de amizade, compartilhamento de representações e de valores ou mesmo preocupações políticas relacionadas à manutenção do rural e da pequena agricultura e que não são formalizados em selos ou certificações, mas resultado direto das interações pessoais estabelecidas com os produtores (Murdoch, Marsden e Banks, 2000).

Portanto, a confiança – ou a acreditação da relação – pode ser depositada nos produtos (nos selos ou certificações; se possui ou não agrotóxico; na sua origem; no seu valor nutricional), nos produtores (relações de amizade; benevolência; reputação; reconhecimento social) ou, finalmente, nos sistemas ou formas de produção (artesanal; típico; familiar; valorização cultural, étnica e/ou política) (Ilbery et al., 2005).

Assim, a confiança se torna uma questão essencial para interpretação das motivações de consumo e adoção de práticas sustentáveis por parte dos consumidores e um componente decisivo na construção de mercados e manutenção de relações de troca diferenciadas. Como nas cadeias curtas, consumidores e produtores interagem diretamente, as relações de confiança acabam extrapolando suas dimensões outrora apenas técnicas – relacionadas ao cumprimento de normas e procedimentos produtivos – e tornam-se uma questão social efetiva.

¹ Mesmo dentre aqueles consumidores de produtos certificados, não há consenso e nem padrões de consumo estáveis, sendo que os valores mobilizados de forma individual e as representações coletivas compartilhadas para justificar o consumo destes produtos, resultam em uma diversidade de preferências e motivações que são atribuídas aos diferentes selos (Sirieix et al., 2011).

Desta forma, este capítulo pretende demonstrar como estes espaços alternativos de comércio alimentar são caracterizados por um conjunto de redes de relações e interações que permitem com que laços de confiança emergjam entre produtores e consumidores e que valores sociais e culturais sejam trocados e influenciem as transações econômicas.

Estas redes agroalimentares alternativas, por sua vez, são definidas como uma diversidade de formas de produção e consumo local de alimentos assentadas em redes de relações interpessoais, as quais se caracterizam através da imersão (*embeddedness*) de valores econômicos nas relações sociais, pelo desenvolvimento de relações de confiança e por atribuições e construções de qualidade que são relacionados aos alimentos locais (Goodman, Dupuis e Goodman, 2012). São justamente estas relações de confiança que pretendemos analisar em maior profundidade.

Nosso argumento central é o de que os atores envolvidos em transações carregam consigo um conjunto de valores sociais e culturais – compartilhados em nível local – que são mobilizados e usados para dar sentido às suas práticas cotidianas de produção e de consumo, o que neste caso reflete-se na construção de formas alternativas de comércio de alimentos.

O capítulo está dividido em cinco seções, além desta introdução. Na segunda seção apresentamos de forma resumida o debate emergente em torno das redes agroalimentares alternativas, destacando suas principais características e trazendo exemplos empíricos que demonstram a diversidade de valores e motivações mobilizadas na construção destes mercados e na justificação de práticas de consumo alimentares. Na seção três nos debruçamos sobre um dos tipos mais tradicionais de cadeias curtas: as feiras livres de venda direta.

Na quarta seção analisamos o caso da Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo/RS, demonstrando como este mercado foi construído e assenta-se sobre o estabelecimento de redes sociais de interação que integram produtores e consumidores do município. Na quinta seção abordamos a questão da construção da confiança entre os atores da Feira, demonstrando como este processo resulta de dois mecanismos complementares: o compartilhamento de valores sociais e culturais, e a busca pelos produtos da Feira.

Finalmente, nas considerações finais, discorreremos sobre as principais contribuições e os avanços necessários das análises dos mercados alimentares locais que são possíveis a partir das discussões aqui expostas.

A questão da confiança nas redes agroalimentares alternativas

As redes agroalimentares alternativas se referem à possibilidade de distintos atores locais e instituições organizarem-se através do estabelecimento de vínculos entre si e construir estratégias diferenciadas de comercialização de seus produtos que estejam relacionadas aos valores sociais e culturais e às interações específicas de cada um dos territórios ou regiões nas quais emergem. Em outras palavras, a ideia de redes

agroalimentares refere-se aos atores e instituições que estão diretamente envolvidos em todas as esferas de produção, processamento, comercialização e consumo alimentares, sendo através destas redes que mercados alimentares são construídos e sobre as quais valores e significados são trocados e atribuídos aos alimentos. Por sua vez, são estes valores os responsáveis pelas atribuições de qualidade distinta destes produtos, assim como da construção de relações de confiança entre produtores e consumidores (Marsden et al., 2000; Brunori, 2007).

O fato de estas redes serem consideradas alternativas ao modelo “convencional” ou hegemônico de produção alimentar, não quer dizer que estes espaços sejam opostos ou contraditórios a tal modelo.² O que diferencia estas redes é o fato de serem capazes de desenvolver formas distintas de produção e consumo (por exemplo, mercado justo; produtos singulares e certificados; produtos locais/coloniais; cadeias curtas; feiras livres) que estão assentadas em relações e significados culturais que emergem como orientadores de (novas) práticas e serviços locais, revalorizando conhecimentos em torno dos alimentos e, em outros casos, reconectando produtores e consumidores (Fonte, 2008; Cruz, 2012).³

As redes agroalimentares alternativas têm a capacidade de aproximar relações de produção, consumo e comercialização de alimentos através da análise das redes conformadas por distintos atores e instituições que se unem para construir respostas às formas hegemônicas de produção alimentar (Goodman, 2002). Esta capacidade tem como resultado uma renovação nos estudos rurais, na medida em que a questão do consumo passa a ser considerada central nas análises dos processos e práticas de desenvolvimento rural e na criação de estratégias de reprodução socioeconômica dos pequenos agricultores.

Desta forma, a questão do consumo alimentar e da construção social de mercados passam a ser vistas como centrais para problematizar e analisar o conjunto de práticas e respostas ao modelo convencional de produção e consumo que vem sendo materializadas através das redes agroalimentares alternativas.

Estudos demonstram que os consumidores de alimentos que participam das redes alimentares alternativas mobilizam um conjunto de valores, crenças e significados que são valorizados e utilizados coletiva ou individualmente, dependendo dos casos, para justificar suas práticas cotidianas (Kirwan, 2004; Seyfang, 2009; Kneafsey et al.,

² Uma discussão mais aprofundada e profícua acerca do estatuto de alternatividade das redes agroalimentares pode ser encontrada no artigo de Marsden e Soninno, que também faz parte deste livro.

³ Segundo Fonte (2008; 2010), é possível identificar pelo menos duas perspectivas distintas de emergência das redes agroalimentares alternativas e de realocização alimentar. A primeira delas, chamada “perspectiva da reconexão”, diz respeito aos países nos quais o processo de industrialização alimentar foi mais intenso, tendo como resultado a desconexão entre produtores e consumidores e o desenraizamento das relações sociais em torno dos alimentos (casos da América do Norte e do Reino Unido). A segunda, denominada “perspectiva da origem dos alimentos”, é encontrada em países “marginalizados”, que não alcançaram o “desenvolvimento” do sistema alimentar e, por isso, não tiveram os vínculos entre valores e alimentos (e entre produtores e consumidores) desconectados plenamente. Nestes países, as estratégias de realocização alimentar vêm se dando sobre a (re)valorização dos conhecimentos e práticas tradicionais de produção alimentar (casos da Grécia, Itália, França). O caso brasileiro aproxima-se desta segunda perspectiva (Cruz, 2012).

2008). Isto ocorre notadamente a partir da década de 1990, quando a questão da qualidade dos alimentos passa a ser mais valorizada em relação às questões de quantidade.⁴

No plano agroalimentar isto é verificado pela ascensão dos estudos sobre as redes agroalimentares alternativas e o processo de *quality turn*, sendo que os estudos sobre consumo passam a utilizar novas variáveis, de cunho sociocultural, para explicar as escolhas dos indivíduos (tais como estilos e modos de vida; níveis de escolaridade; origens étnicas e outras), além das tradicionais variáveis econômicas de renda e preço (Miele, 2001, p. 7).

Barbosa (2009) sugere que está em curso um processo de diversificação de “tendências alimentares” e os indivíduos utilizam de uma variedade de justificações, motivos e valores para atribuir sentido as suas práticas cotidianas. Para Sassatelli (2004), questões morais estão por detrás dos hábitos de consumo, que implicam em valores éticos que influenciam diretamente *o que e como se come*. Já Pelsmacker et al. (2005) demonstram como os consumidores reagem distintamente aos diferentes rótulos e selos sustentáveis presentes em cafés oriundos de redes de comércio justo. Enquanto alguns valorizam (e se dispõem a pagar) o selo em si, outros se preocupam apenas com o sabor ou a variedade de café que está sendo vendida (arábica, robusta, etc.).⁵

No contexto brasileiro, Guivant (2008) demonstrou que os consumidores de produtos orgânicos de supermercados podem ser classificados em dois grupos: aqueles que consomem tais produtos ocasionalmente, mas mantém um estilo de vida saudável (denominados *ego-trip*), e aqueles que são orientados por questões políticas para consumir este tipo de alimento (chamados *ecológico-trip*).

Os estudos de Barbosa (2009) e Klafke (2009), demonstram que as motivações em torno do consumo de alimentos alternativos se dão sobre questões de saúde e bem-estar individual. Barbosa (2009) identifica justificações de consumo de alimentos alternativos ligadas a preocupações em torno do valor nutricional e da prevenção de doenças (saudabilidade), o que se reflete na valorização de produtos típicos/tradicionais, naturais ou produzidos de forma justa.

Radomsky (2010) também problematizou estas questões ao demonstrar como o consumo de alimentos certificados e ecológicos da Rede Ecovida está ligado mais ao estilo de vida dos consumidores do que a preocupações com saúde ou bem-estar individuais. Segundo o autor, o atestado ecológico atribuído aos produtos comercializados através da Rede não depende somente do selo, mas de uma diversidade de atributos simbólicos que são aglutinados nos selos, porém ampliados através do compartilhamento de valores e estilos de vida entre produtores e consumidores. Radomsky (2013) verificou que além de valores individuais mobilizados para atestar a “pureza” e saudabilidade dos alimentos orgânicos, os consumidores também possuem preocupações coletivas, manifestas na tentativa de expansão da rede de comercialização solidária, visando acesso a maior diversidade de produtos.

⁴ Para maiores informações sobre este processo de *quality turn* consultar o artigo de Goodman, neste mesmo livro.

⁵ Outros estudos interessantes que analisam as preferências dos consumidores de produtos certificados são os de Remaud et al. (2008) e Sirieix et al. (2011).

Como os produtos da Rede são atestados de forma participativa por um conjunto de diferentes atores locais (agricultores, técnicos e consumidores), os consumidores buscaram desenvolver/expandir estas redes de “acreditação” para além do local, propondo a introdução de produtos certificados de outras regiões nas suas cestas.⁶ Neste sentido, a confiança atribuída aos produtos orgânicos emerge das próprias redes de relações construídas pela diversidade de atores que fazem parte da Rede, os quais atestam a saudabilidade dos alimentos coletivamente e contribuem na criação e no fortalecimento de mercados alternativos.

Nesta mesma perspectiva, Ferrari (2011) analisou o consumo de produtos nas Feiras Agroecológicas de Chapecó/SC e constatou que a busca por estes alimentos é motivada por diversas razões. Nestas feiras os consumidores têm acesso a uma variedade de alimentos típicos, produzidos através de processos produtivos característicos da origem étnica da região, o que acaba conferindo distintividade e qualidade a estes produtos. O autor verificou que as justificativas de escolha dos consumidores pelas feiras não tem relação direta com os preços cobrados, mas com a possibilidade de encontrar alimentos típicos (Ferrari, 2011, p. 149). Neste caso, a confiança atribuída aos produtos das feiras advém tanto do conjunto de relações estabelecidas entre produtores e consumidores como do conhecimento compartilhado em torno dos modos de produção típicos utilizados (Ferrari, 2011, p. 152).

Em outro estudo, Betti et al. (2013) analisaram o consumo de produtos orgânicos em duas feiras agroecológicas de Curitiba/PR sob a ótica do “consumidor politizado”. O objetivo dos autores foi justamente verificar e problematizar se, de fato, os consumidores destas feiras utilizam-se de justificativas de consumo que fazem referência a uma preocupação ou postura política em relação ao consumo alimentar.⁷ Como resultados, verificaram que a grande maioria dos consumidores frequentadores destas feiras não mobilizam, prioritariamente, discursos e motivações de cunho político (sustentabilidade, ecologia, compra direta, ajuda ao produtor), ainda que estes aparecessem de forma secundária (Betti et al., 2013, p. 283).

Esta variedade de casos de diferentes tipos de cadeias-curtas evidencia como a questão da confiança torna-se um elemento crucial para consolidar formas alternativas de produção e consumo contemporâneas. Conforme destacado por Brunori (2007), as relações de confiança é um dos princípios básicos que permitem a consolidação de formas diferenciadas de produzir e consumir. Em virtude da diminuição das distâncias e da possibilidade de interagir pessoalmente, produtores e consumidores

⁶ Segundo o autor, o grupo de compras coletivas perdeu força durante o ano de 2009, notadamente pela força expressiva das feiras, já comércios estabelecidos e consolidados de produtos orgânicos em Chapecó, o que desestimulou a adesão e ampliação de consumidores por parte do grupo de compras (Radomsky, 2013, p. 321).

⁷ Não há espaço aqui para tratar e debater a perspectiva teórica que reivindica o consumidor como, cada vez mais, um ator político ativo. Resumidamente, esta perspectiva vê o consumo contemporâneo como algo fragmentado, composto de múltiplas identidades, refletindo na mobilização de diferentes quadros institucionais e estruturais (Betti et al., 2013). Esta fragmentação, por sua vez, é resultado do enfraquecimento dos costumes e da natureza na orientação da vida social, refletindo numa crescente autoatribuição de responsabilidades e crescente reflexividade por parte dos indivíduos, que passam a questionar suas práticas cotidianas, neste caso, o consumo (Giddens, 1991; Portillo, 2009).

acabam reforçando laços sociais, compartilhando valores e visões de mundo e trocando informações que geram uma crença mútua que pode se refletir em distintos fatores que são valorizados.

Além disto, estes exemplos demonstram como o consumo de produtos alternativos não responde a um padrão ou a práticas generalizadas que são recorrentes e identificáveis em quaisquer contextos. Pelo contrário, as justificações de consumo são heterogêneas e diversificadas e possuem características próprias, de acordo com as regiões e os atores que delas fazem uso.

Isto ocorre porque as relações de confiança estão diretamente relacionadas a aspectos culturais/sociais e institucionais. Como chama atenção Kjaernes (2013), a confiança na comida é um processo tanto social e cultural quanto institucional. Social e cultural porque ela está conectada às normas e expectativas compartilhadas socialmente, implicando em como as pessoas relacionam-se com as outras, como interagem em redes sociais e como mantém relações com as instituições políticas. Ou seja, as escolhas *do que e onde* comprar e de como preparar os alimentos estão ligadas não apenas a motivações de satisfação e saúde, mas a um conjunto variável de questões associadas com a produção, distribuição e consumo de alimentos. Como estes aspectos não podem ser diretamente controlados, a confiança torna-se central para explicar estas escolhas (Kjaernes, 2013, p. 414).

Estes aspectos de natureza cultural e tácita geralmente são encontrados nas relações estabelecidas em cadeias curtas face a face (caso das feiras livres) nas quais as questões formais não são consideradas relevantes, mas sim as interações diretas estabelecidas com fornecedores e produtores.

Complementarmente, a confiança também está relacionada à performance política e institucional. Isto é, aos mecanismos regulatórios e formais que permitem aos cidadãos crerem na eficácia e legitimidade (qualidade) daquilo que estão comprando. Estes aspectos de natureza institucional e política estão ligados a aspectos normativos, que geralmente são encontrados nas cadeias curtas em que produtos com selos e certificações são comercializados, os quais necessitam de aspectos formais para serem estabelecidos, sendo que nem sempre a relação entre consumidores e produtores se dá diretamente, e esta relação é mediada e significada através dos selos.

Apesar de distintos, estes dois mecanismos sociais de geração de confiança devem ser levados em conta conjuntamente na tentativa de interpretação das motivações e justificações de consumo. Conforme os exemplos acima expostos percebe-se que as motivações de consumo e a escolha por produtos oriundos de cadeias curtas estão diretamente vinculadas a elementos culturais e institucionais (Kjaernes, 2013, p. 415).

No caso em que as interações sociais são as responsáveis por gerar confiança, como nas feiras livres, este processo está intimamente conectado aos valores que são mobilizados para justificar o acesso a estes mercados e o consumo destes alimentos. Conforme os casos analisados acima demonstram, os consumidores não apenas interpretam de forma individual as informações trazidas nos produtos, mas também fazem uso de distintos valores e relações sociais coletivas que conferem justificativas e características próprias às suas práticas de consumo (Cassol, 2013).

Neste sentido, o entendimento e a interpretação desta diversidade de tendências alimentares parece estar ligado ao contexto, assim como aos valores (e quais) partilhados pelos consumidores (e pelos produtores) para justificar suas ações e construir e retificar relações de confiança mútua. É isto que faremos na seção quatro, apresentando o caso da Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo, porém antes demonstraremos como as feiras livres são espaços de comércio diferenciados e socialmente construídos.

As feiras livres de venda direta de alimentos: interações sociais, sociabilidade e confiança

Enquanto um tipo de cadeia curta, as feiras livres de venda direta abrangem um emaranhado de relações e modos de funcionamento que as caracterizam enquanto um mercado diferenciado. De acordo com Marsden et al. (2000) um dos principais tipos de cadeias curtas são aquelas nas quais as relações entre os atores ocorre diretamente, através de interações face a face.⁸ Nesses mercados, a autenticidade dos produtos e a confiança, geralmente, estão associadas às interações pessoais decorrentes da possibilidade dos consumidores comprarem seus alimentos diretamente dos agricultores, sem qualquer forma de intermediação.

Este é o caso das feiras livres de venda direta, que neste sentido podem ser consideradas cadeias curtas porque em seu interior consumidores e produtores interagem relacionalmente através de interações face a face, permitindo com que valores sociais e culturais (além do mercantil) circulem no interior dos territórios. Apesar de serem consideradas formas de comércio antigas e tradicionais as feiras livres não experimentaram muita atenção dos estudiosos por um bom tempo. Para Garcia (2002, p. 197), isto gerou uma visão destes espaços de comércio como “formas ultrapassadas de mercado”, que antes de serem consideradas expressões locais e concretas da vida econômica, acabaram sendo classificados como arcaicos.

Todavia, no caso brasileiro, encontram-se alguns estudos pioneiros, da própria Garcia (2002; 2008), que atestam a validade social e sociológica das feiras livres do nordeste brasileiro enquanto espaços hierarquizados econômica e simbolicamente, nos quais uma heterogeneidade de relações, interações e formas de troca concretizam-se como expressão mais singular de formatação de redes de transações e de fluxos de mercadorias, significados e pessoas, as quais contribuem decisivamente à reprodução social dos pequenos agricultores (Garcia, 1992).

Em estudo precursor (Garcia, 1984), a autora já demonstrava o papel desempenhado pelas feiras enquanto espaços de comércio importantes para a reprodução social e econômica da pequena agricultura daquela.

⁸ Segundo Marsden et al. (2003) uma das dimensões que define as cadeias curtas são as suas estruturas organizacionais e os mecanismos utilizados para estender as relações no tempo-espaço. Desta forma “uma primeira categoria das cadeias curtas é essencialmente baseada em interações face a face como mecanismos de alinhamento de redes de produtores e consumidores. Consumidores adquirem produtos diretamente do produtor ou processador e a autenticidade e confiança são mediadas através da interação pessoal” (Marsden et al., 2003, p. 399-400, tradução livre).

Palmeira (2014, original de 1971) também atribuiu peso significativo ao papel desempenhado pelas feiras livres na articulação social e econômica dos trabalhadores dos engenhos, mostrando como estes atores passam a utilizar as feiras para reproduzir-se, transformando tais espaços em mercados hierarquizados que refletem a organização social das regiões.

Apesar de terem se transformado com o passar do tempo, estas feiras livres ainda encontram-se ativas e representam importante papel de inserção social de pequenos agricultores e comerciantes na região Nordeste do país (Albuquerque, 2003). Nelas é possível encontrar uma diversidade social, econômica e cultural que compõem um emaranhado de circuitos e redes acessados pelos atores que delas fazem parte e que as estruturam enquanto formas de comércio particulares. Além disto, estas feiras mantêm-se como espaços nos quais produtos típicos e tradicionais das regiões ainda são encontrados (goma de tapioca, raízes e ervas medicinais, feijão verde), com preços acessíveis e diretamente vendidos.⁹

Neste sentido, a oportunidade de encontrar uma diversidade de produtos (é nelas que se “encontra de tudo”), assim como a qualidade atribuída aos alimentos e as interações sociais possibilitadas (poder tocar, cheirar e barganhar os produtos) é que fazem com que estes espaços de comércio continuem existindo (Silva, 2005).

Nos últimos anos, com a legitimidade social conquistada pela agricultura familiar (Grisa e Schneider, 2015) as pesquisas sobre as feiras livres vêm ganhando cada vez mais espaço nos estudos rurais e nas análises dos mercados e sendo (re)valorizadas. Certamente esta revalorização está ligada à própria emergência do debate em torno das redes agroalimentares alternativas, mas também à importância política que vem sendo atribuída a estes mercados enquanto ferramentas de valorização – através da comercialização – de alimentos produzidos localmente e enquanto estratégias favoráveis à manutenção e melhoramento da reprodução social dos agricultores familiares.

Esta importância pode ser verificada em estudo divulgado (MDS, 2014) que aponta no Brasil a existência de 5.119 feiras livres entre os 1.628 municípios que fizeram parte da pesquisa¹⁰ (sendo que em 72% destes foram encontradas feiras livres). Deste total, 83% ocorrem semanalmente e estão disponíveis em cidades capitais (36%), seguidas de municípios com mais de 200 mil habitantes (27,4%). Contudo, analisando a quantidade média de feiras existentes por habitante,¹¹ destacam-se os pequenos municípios (menos de 50 mil habitantes) nos quais as feiras alcançam uma maior cobertura populacional (aproximadamente 70 feiras por milhão de habitantes). Ou seja, apesar de concentrarem-se nas capitais e cidades maiores, as feiras têm uma capacidade de alcance muito maior em pequenos e médios municípios, propiciando acesso a alimentos saudáveis, com bons preços e locais a boa parte de seus moradores (MDS, 2014, p. 62).

⁹ Apesar de que o número de produtores tenha diminuído com o crescimento e consolidação de feiras direcionadas diretamente aos agricultores familiares e agroecológicos, ainda é possível encontrar número significativo de produtores que acessam as feiras livres.

¹⁰ Fizeram parte do estudo de Mapeamento das Ações de Segurança Alimentar e Nutricional (MapaSAN) 89% dos estados e 29% dos municípios brasileiros (MDS, 2014, p. 69).

¹¹ Esta média refere-se à quantidade de feiras livres a cada 1 milhão de habitantes, sendo que este “cálculo foi feito considerando-se a população dos municípios respondentes” (MDS, 2014, p. 63).

No caso das feiras agroecológicas e/ou orgânicas, o estudo aponta para a existência de 1.331 feiras deste tipo em 628 dos municípios pesquisados (dentre o total de 1.628). Diferentemente do caso das feiras livres, a maior parte das feiras orgânicas e agroecológicas encontram-se em municípios com menos de 50 mil habitantes (44%) seguidos pelas capitais (32,5%).

Além desta importância e representatividade numérica, os autores têm concordado que as feiras livres constituem-se não só enquanto espaços de comércio alimentar, mas também enquanto espaços privilegiados de interações, sociabilidades e relações sociais que vão além do componente econômico, atribuindo uma função transcendental a estes espaços na reconexão entre as cidades e o meio rural contemporâneo (Anjos, Godoy e Caldas, 2005; Ribeiro, 2007).

A peculiaridade deste tipo de mercado é que ao mesmo tempo em que o agricultor leva seus produtos, resultados de seus conhecimentos, para comercializar, ele troca informações e conhecimentos com os consumidores, os quais expõem suas preferências e gostos que podem ser incorporados na maneira de produzir do agricultor. Por seu lado, os consumidores têm acesso a um número diversificado de produtos, tanto nas suas formas quanto em seus tipos (Cassol, 2013).

Ademais, a construção destes espaços envolve diversos atores sociais e instituições que interagem para concretizar tais mercados. Isto implica em que as feiras livres sejam exemplos típicos de redes agroalimentares alternativas, na medida em que, apesar de antigas e tradicionais, vêm ganhando espaço e legitimidade social enquanto formas simples e efetivas de comercialização de produtos, valorização da pequena produção, garantia de reprodução social da agricultura familiar e consumo de alimentos sazonais típicos de regiões e territórios específicos.

Neste sentido, é possível analisar as feiras a partir do referencial teórico da sociologia econômica e da construção social de mercados, problematizando a questão da confiança nas transações. As feiras livres são mercados socialmente construídos por um conjunto de atores e instituições que interagem na forma de redes para concretizar novos espaços e novas relações de produção e consumo alimentar. Por este motivo, as feiras livres (e as redes agroalimentares) têm sido analisadas a partir da perspectiva da sociologia econômica, a qual vê os mercados como instituições objetivas que compreendem não apenas relações abstratas e impessoais, mas um conjunto de regras, normas e crenças que são determinadas socialmente e que regulam e influenciam as vidas dos seres humanos (que também são agentes econômicos) (Steiner, 2006).

Nosso argumento é o de que ao interagirem, consumidores e produtores, acabam compartilhando valores sociais e culturais que são os responsáveis pela geração de uma relação de confiança mútua entre ambos. Nosso problema de pesquisa foi verificar quais seriam as origens destes valores? Em outras palavras, por quais motivos consumidores vão comprar em um mercado como a Feira do Pequeno Produtor? Quais são os valores sociais que estão orientando estas práticas de produção e consumo alternativas? (Cassol, 2013).

Como as feiras livres de venda direta constituem-se como espaços privilegiados de interação pessoa a pessoa, a questão da confiança torna-se, enquanto um mecanis-

mo de mediação e formação de cadeias curtas, um ponto central de compreensão das motivações e justificações de consumo e produção adotados pelos atores.

O ponto central aqui é que ao contrário das relações impessoalizadas e genéricas encontradas nas cadeias longas de produção e consumo alimentar, nas cadeias curtas é justamente a valorização de relações pessoais e singulares que as tornam diferenciadas na medida em que são estas relações as responsáveis por gerar nos atores sociais sentimentos de confiança.

Conforme destacado por Kjaernes (2013, p. 416), nas cadeias curtas de alimentos, geralmente a confiança é atribuída a alguém, e não a algo. Ou seja, os consumidores destes produtos tendem a confiar mais nas relações pessoais que questionar os próprios produtos (se cumprem com normas e regras sanitárias; se foram produzidos segundo padrões universalmente aceitos, etc.).

No caso das feiras de venda direta, o que ocorre é que a confiança acaba resultando da familiaridade atribuída pelos consumidores às relações pessoais, baseadas em valores como reputação, interconhecimento, amizade e experiência, que são valorizadas enquanto mecanismos de reconhecimento e legitimidade atribuídos aos alimentos. Como nestes espaços, geralmente, os alimentos comercializados não possuem selos ou certificações capazes de atestar *per se* a qualidade e a confiança dos produtos, são as relações pessoais as responsáveis por atestar e gerar confiança.

Neste sentido, veremos na próxima seção que a Feira do Pequeno Produtor constitui-se enquanto uma rede alimentar capaz de estabelecer transações concretas entre diferentes atores sociais, os quais se encontram imersos em relações e estruturas que são utilizadas para justificar as suas práticas de produção e consumo assim como para construir relações de confiança entre si.

“Direto da natureza para sua mesa”: a Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo/RS integrando produtores e consumidores através de redes de interação local

A Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo/RS teve seu início em meados de 1975, através da iniciativa de 12 agricultores da região, que viram na possibilidade de vender diretamente seus alimentos aos consumidores uma oportunidade de auferir maiores rendas. Inicialmente, as vendas eram realizadas em uma praça do município, porém com o passar dos anos e a atuação de diversas instituições, foi cedido por parte da prefeitura um local fechado e com melhor infraestrutura para o acondicionamento dos produtos e a comercialização destes.

Outra mudança institucional relevante é a criação da Associação da Feira Municipal de Produtores da Gare,¹² no ano de 1996, a qual assume as questões legais e de organização e gestão do espaço, que antes era feita pela prefeitura.

¹² O termo Gare refere-se à antiga estação ferroviária do município, espaço que é cedido aos agricultores para comercializar seus produtos através da Feira.

Assim sendo, a construção do mercado da Feira é feita sobre o estabelecimento de uma rede de instituições e atores que se uniram no intuito de proporcionar aos habitantes do município o acesso a alimentos locais e com maior qualidade. Desta forma, para além da Associação dos feirantes a rede que faz parte da Feira conta com o apoio do Sindicato dos Trabalhadores Rurais – o qual está desde o início da Feira e é responsável pela prestação de serviços e orientações aos agricultores (crédito, financiamentos, inserção em programas estatais), a Emater do município – para a qual são atribuídas questões técnicas de produção e orientações de comercialização, e a prefeitura municipal, através da Secretaria do Interior (SECRINT), que era a responsável pela gestão da Feira até 1996, e que após a criação da Associação dos feirantes tem como principais atribuições fiscalizar os preços e a qualidade dos produtos vendidos. Esta rede é um exemplo de como interesses individuais e coletivos se articulam para construir novos mercados (ver Figura 1).

Em relação aos 66 feirantes que participam da Feira hoje em dia,¹³ estes são pequenos agricultores residentes na zona rural do município, que produzem alimentos e variedades tradicionais da região, utilizando técnicas e conhecimentos ligados à cultura e às origens étnicas do território. Neste sentido, a Feira constitui-se enquanto uma forma de acesso a produtos frescos e com características sociais e culturais próprias do município.

Contudo, há uma parcela de feirantes que não são produtores rurais, mas que atuam como atravessadores (pequenos comerciantes) que compram seus produtos de outros agricultores do entorno do município – em alguns casos até mesmo da Ceasa, em Porto Alegre – e comercializam no espaço da Feira. Estes feirantes, chamados localmente de *fruteiros*, participam da Feira desde seu início, e tiveram sua participação assegurada através do argumento de aumentar e diversificar a oferta de alimentos aos consumidores através da comercialização de produtos não produzidos na região (principalmente frutas). Todavia, nos dias atuais, estes feirantes *fruteiros* também vendem produtos de origem local e tradicionais da região, o que vem sendo alvo de disputas no interior da Feira.¹⁴

Ainda que atuem de forma bastante distinta dos feirantes produtores, os *fruteiros* não recebem qualquer diferenciação em relação a estes no interior da Feira, sendo que os produtos de ambos os grupos são comercializados lado a lado, sem qualquer distinção sobre as formas de produção e a origem dos alimentos. Esta não diferenciação também ocorre entre produtores convencionais e orgânicos.¹⁵

Esta divisão entre grupos, apesar de ser um tema de conflito no interior da Feira – já que atualmente os feirantes agricultores vêm exigindo mecanismos de regulação da atuação dos *fruteiros* – exemplificam os limites da alternatividade das redes agroalimentares, as quais em muitos casos se conectam, relacionam-se ou justapõem-se às redes convencionais (Fonte, 2010; Cruz, 2012).

¹³ Este número total de feirantes varia de acordo com as assembleias da Associação que são realizadas a cada três meses, sendo que alguns membros podem ser desligados e outros admitidos. Este número de 66 feirantes refere-se à última assembleia de 2012, realizada em novembro.

¹⁴ Até o final da pesquisa, estava em curso a construção de uma forma de regulação e fiscalização destes feirantes *fruteiros*, para que voltassem a vender apenas produtos e variedades alimentares “exóticas” à região.

¹⁵ Do total de 66 feirantes à época da pesquisa, em torno de 14 eram considerados *fruteiros*. Dentre os feirantes produtores orgânicos ou agroecológicos, apenas três reivindicavam-se enquanto tal.

Esquemáticamente, o funcionamento da Feira do Pequeno Produtor pode ser visualizado de acordo com a Figura 1, a seguir. Existem duas dimensões centrais interligadas e que estão em constante troca: os agricultores familiares (e os demais feirantes) e os consumidores. Além desta interação direta há uma constante troca de significados e uma (re)aproximação entre o meio rural e urbano. Portanto, além de permitir uma aproximação (física) entre produtores e consumidores, este mercado também possibilita uma troca de valores simbólicos entre a zona rural e a zona urbana do município, estreitando laços e definindo posições sociais de seus atores. Por último, todo este processo de troca e interação é legitimado, fiscalizado e regulado pelas instituições de mediação, que agem como um elo entre produtores e o Estado e garantem (formalmente) aos consumidores a legalidade dos processos de produção dos alimentos.

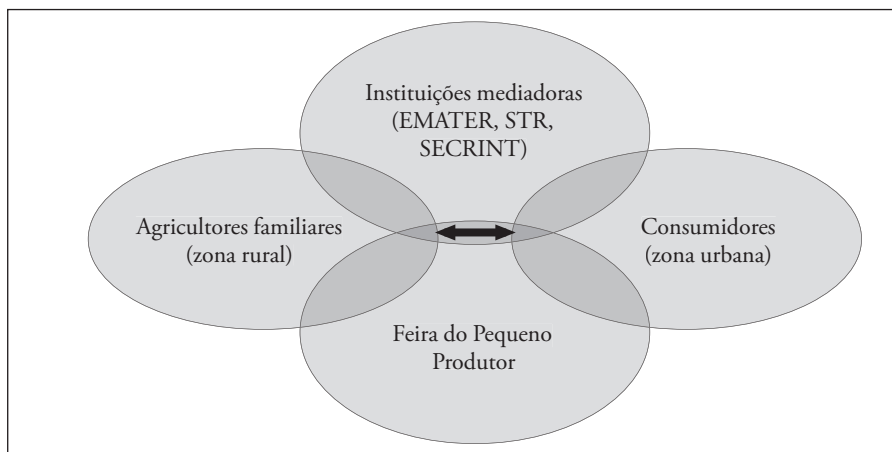


Figura 1. Esquema de funcionamento da Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo/RS.
Fonte: Cassol, 2013, p. 120.

Este breve histórico demonstra como este mercado alimentar, que é a Feira, constituiu-se a partir da iniciativa de alguns pequenos agricultores da região, que viam nesta forma de comércio direta uma perspectiva de aumentar suas receitas e não depender mais de atravessadores. Contudo, apesar desta iniciativa inicial, parece claro que este mercado não teria se consolidado e legitimado no município sem o apoio e intervenção de uma série de instituições mediadoras ligadas aos agricultores e ao meio rural.

Qualidade baseada na confiança entre os consumidores e produtores da Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo/RS: compartilhando um passado rural comum

Dentre as principais características socioeconômicas dos consumidores da Feira do Pequeno Produtor, boa parte deles possui escolaridade média alta, possuem renda

familiar mensal entre R\$ 2.000,00 a R\$ 5.000,00 e gastam aproximadamente de R\$ 20,00 a R\$ 30,00 em cada ida a Feira.¹⁶

De forma geral, podem ser identificados dois grupos principais e distintos de consumidores que regularmente adquirem seus alimentos no espaço da Feira. Um primeiro grupo que apenas “vem comprar” os alimentos, não valoriza as questões de sociabilidade e nem interage de forma significativa com os feirantes. Ainda que a questão dos preços não seja destacada, este grupo é o que demonstra maior preocupação em relação aos valores cobrados pelos alimentos.

Dentre estes, a principal motivação destacada (ainda que implicitamente) para justificar a escolha da Feira e o consumo de seus produtos está relacionada a uma crença em torno da maior saudabilidade dos seus alimentos em relação a outros mercados, sendo que tais consumidores orientam suas ações pela satisfação pessoal, que é expressa por questões de saúde e bem-estar individual (crença na administração mais cuidadosa do uso de agrotóxicos por parte dos pequenos produtores), assim como questões mercantis (preocupação maior com os preços cobrados).

Diferentemente, há um grupo de consumidores nitidamente mais “fiéis”, que tem convívio maior com os agricultores e feirantes, os tratam pelo nome e já vem à Feira em busca de produtos e produtores específicos (e sabem onde encontrá-los) e valorizam as relações de sociabilidade com os feirantes. Além disto, claramente demonstram maior preocupação com atributos como a origem rural dos alimentos, a valorização dos modos e estilos de vida dos agricultores familiares e as técnicas tradicionais empregados na produção. Para este grupo, a questão mercantil dos preços é quase irrelevante.

Contudo, apesar destas diferenças significativas, ambos os grupos têm em comum o fato de atribuírem a confiança na Feira à qualidade maior percebida aos seus produtos. Por sua vez, esta qualidade está ligada a uma representação social de que os alimentos vendidos neste espaço, além de serem mais frescos (por terem sido colhidos e rapidamente ofertados) são também os que melhor remetem às formas de produção e preparo ligadas aos valores culturais da região.

Isto fica claro na afirmação de dois consumidores:

É por isso que eu compro [...] pela qualidade dos produtos [...] porque tem mercados que tu encontra o que você quer, mas a questão de qualidade, tudo fresquinho [...] eles colhem de tarde e na outra manhã já estão ali, tudo muito bom [...] a questão não é por preço, porque aqui em Passo Fundo tem mercados que tu encontra preços mais baratos que a Feira [...]. (Entrevista 17. Consumidora, 39 anos, dona de restaurante) (Cassol, 2013, p. 143).

[Eu compro na Feira] porque geralmente no caso a salada deles, tu sempre consegue uma salada boa [...] no mercado geralmente é uma salada murcha [...] outras feiras que não sejam a dos colonos, fruteiras né, tu chega e a salada já tá murcha. Então a qualidade pra mim é poder comprar esse produto fresco, que até o sabor é diferente [...] então o

¹⁶ A Feira funciona três vezes por semana, nas segundas e quartas-feiras à tarde e aos sábados pela manhã (Cassol, 2013).

pessoal se identifica e compra porque sabe que o produto é caseiro, é feito em casa [...]. (Entrevista 10. Consumidora, 42 anos, professora) (Cassol, 2013, p. 144).

Portanto, a valorização dos produtos da Feira se dá sobre aspectos imateriais relacionados à possibilidade de comprar alimentos “frescos”, “caseiros”, produzidos ali mesmo no município.

Neste sentido, o mercado alimentar da Feira do Pequeno Produtor é construído sobre o compartilhamento de uma representação social entre os habitantes do município, os quais justificam este espaço pela origem rural que possuem, gerando confiança neste mercado.

Esta confiança – materializada através da distinção qualitativa dos alimentos – pode ser depositada na valorização pessoal da figura do pequeno agricultor (representada pela crença no cuidado e no conhecimento utilizado na produção), na origem territorial e social dos produtos (representados por expressões como “da própria terra”, “da roça”), assim como das próprias interações sociais possibilitadas pelo contato direto no interior da Feira (relações de amizade e interconhecimento).

A Figura 2 demonstra esquematicamente como este processo de construção da confiança e da qualidade ocorrem de forma relacional e legitimam socialmente este mercado. Como podemos notar, valores sociais como interconhecimento, amizade e valorização de produtos locais estão diretamente vinculados às atribuições de confiança. Tais valores são compartilhados e mobilizados pelos atores nas suas interações sociais, sendo que suas transações econômicas são mediadas por formas de sociabilidade e troca de conhecimentos e informações entre ambos. Finalmente, este processo de construção da confiança é construído relacionalmente com a construção da qualidade dos alimentos vendidos na Feira, sendo a qualidade construída através de atributos como o remetimento a um passado rural comum entre produtores e consumidores, ao reconhecimento e valorização do modo de produção familiar/tradicional utilizado e a uma crença no maior cuidado na plantação.

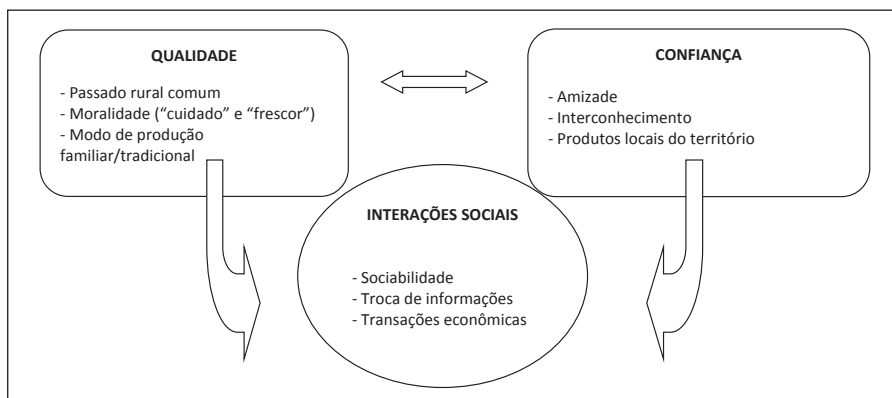


Figura 2. Construção social da confiança no mercado da Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo (Cassol, 2013, p. 152)

O processo acima representado aparece nas falas dos agricultores e consumidores entrevistados, quando perguntados sobre o que consideram ser o principal motivo das pessoas comprarem seus alimentos na Feira. Segundo um dos feirantes entrevistados, a possibilidade de conversar e trocar informações com os consumidores e explicar como o produto é feito é o principal diferencial do espaço da Feira. Segundo ele,

[...] muitas vezes o pessoal vem aqui e diz pra mim parar de conversar [...] mas eu não to conversando, eu to explicando o que eu faço, eu preciso desse freguês novo, então eu não posso deixar ele levar na dúvida ou não levar, eu tenho que explicar pra ele [...]. Então é uma via de mão dupla, porque o consumidor se sente valorizado quando tu explica pra ele as coisas, e a gente também, porque tem alguém interessado no que a gente faz (Entrevista 15. Agricultor feirante, 51 anos, participa da Feira desde 1990) (Cassol, 2013, p. 152).

Já para outro feirante, a principal questão em torno da busca de alimentos na Feira é a identificação dos consumidores com a tipicidade dos produtos, sendo que estes estão atrás de produtos coloniais, diferenciados. Este argumento também é utilizado na defesa da manutenção apenas de feirantes produtores no interior da Feira.

Aí é que tá a gente querer defender que os produtos daqui sejam todos produzidos aqui, porque a pessoa vem aqui comprar ela vai querer comprar um produto colonial, um produto puro, entendeu? [...] eles vem aqui pra comprar o ovo caipira [...] comprar tudo o mais [...] como vou dizer [...] mais típico ou mais perto do natural possível, mais fresco (Entrevista 6. Agricultora feirante, 59 anos, participa da Feira desde 1997) (Cassol, 2013, p. 152-153).

Entre os consumidores, este processo também aparece, já que eles afirmam que a busca dos produtos se deve à possibilidade de conhecer a origem do alimento, assim como questão da qualidade e da tradição de comprar na Feira. Segundo dois entrevistados,

Pra mim o principal é poder saber de onde tá vindo, saber quem está comercializando. Esta é a grande diferença [...] tu tá comprando um produto que tu sabe de onde tá vindo, tu tá enxergando o teu vendedor e identificando nele a origem do teu produto [...]. Então, vamos dizer assim, a grande questão é a identificação, a ligação do produto, da qualidade, com aquela pessoa que tá vendendo (Entrevista 20. Consumidora, 59 anos, feira) (Cassol, 2013, p. 153).

Olha, tem uma coisa bem importante que eu acho que é a tradição! O pessoal já tem o costume de vir comprar na Feira [...] já tem aquela confiança de que vai chegar aqui e não vai precisar se preocupar porque tudo é bom [...] então já é aquela confiança, costume mesmo (Entrevista 18. Consumidora, 33 anos, funcionária pública) (Cassol, 2013, p. 154).

Estas afirmações acima demonstram como o mercado alimentar da Feira do Pequeno Produtor está assentado em interações sociais que são estabelecidas entre os atores e que, por sua vez, são capazes de gerar relações de confiança nas transações econômicas e legitimar a produção e o consumo de alimentos locais da região.

Considerações finais

As discussões apresentadas neste capítulo tiveram como objetivo elucidar um debate mais geral que vem ocorrendo e ganhando importância em diversos países e regiões, acerca de novas formas de produção e consumo de alimentos: as cadeias curtas de abastecimento. Analisamos e problematizamos o papel desempenhado pelos consumidores na construção destes espaços, chamando atenção para a diversidade de valores mobilizados na justificação de suas práticas de consumo e na consolidação de relações de confiança entre estes e os produtores de alimentos.

Exploramos o papel desempenhado pelas feiras livres enquanto tipos tradicionais de cadeias curtas e espaços de comércio de alimentos que se diferenciam pelas relações de sociabilidade que possibilitam e pelas interações sociais diretas entre produtores e consumidores. São estas relações concretizadas nestes espaços que proporcionam a construção da confiança e a diferenciação dos produtos aí ofertados, na medida em que as feiras constituem-se como espaços de intensa troca de informações e de valores sociais.

Apesar de ancestrais formas de comércio, as feiras livres vêm sendo retomadas e revalorizadas a partir de seu potencial em servir como espaços de inserção social para a pequena agricultura. Seu papel enquanto mercados de fácil gestão e apropriação vêm ganhando destaque na medida em que se reconhecem nesses espaços nos quais os alimentos locais podem ser acessados abertamente, contribuindo para a troca de valores sociais e significados que vão além da questão econômica. Há todo um conjunto de relações específicas que as caracterizam de modo peculiar e toda uma miríade de formas de funcionamento e estruturação enraizadas em valores sociais e territoriais, que as conferem um protagonismo recente enquanto estratégias simples e exitosas de organização da produção e do consumo local de gêneros alimentícios.

É sobre este emaranhado de relações que caracterizam as cadeias curtas que as relações de confiança tornam-se uma questão sociológica essencial para explicar o funcionamento dos mercados alimentares. Conforme argumentamos, a acreditação das mercadorias alimentares e a crença na qualidade dos produtos podem variar consideravelmente, sendo que os atores atribuem diversificadas justificações às suas práticas cotidianas de produção e consumo.

Contudo, apesar deste caráter difuso e diverso, os mecanismos de acreditação e confiança são cada vez mais valorizados enquanto construtores de (novas) relações mercantis e comerciais consideradas mais justas (seja do ponto de vista ecológico ou social). Assim sendo, a confiança é um aspecto sociológico central para analisar processos de troca e intercâmbio mercantil no interior de mercados alimentares e explicar, de fato, porque os atores sociais vêm modificando suas práticas de produção e consumo.

A confiança não é apenas a responsável pelo funcionamento das cadeias curtas, mas um aspecto (característica) construtor destes tipos de relações. Ao assentar-se sobre o pressuposto de que consumidores e produtores devam ser reaproximados e colocados diretamente em interação, as cadeias curtas, (re)colocam a questão da confiança no centro do debate alimentar. Isto é, para que as transações econômicas entre os atores sejam concretizadas, é necessário que eles confiem de alguma maneira no outro.

Quando esta relação é direta e envolve serviços e produtos específicos (alimentos certificados, típicos, tradicionais, etc.) a confiança torna-se mais essencial ainda, posto que os atores tenham de estar convencidos da legitimidade e distintividade de tais mercadorias.

No caso das feiras livres, a confiança na relação (e nos produtos) decorre das interações sociais estabelecidas muito mais do que dos selos ou das características funcionais dos produtos. Neste sentido, ainda que as motivações e justificações de consumo variem de acordo com os valores compartilhados localmente e acessados individualmente, a melhoria nos processos de mediação e acreditação dos alimentos (e mercados) alternativos passa pelo reconhecimento das características específicas dos mercados alimentares e pela (re)valorização dos conhecimentos, significados e valores que são atribuídos localmente a estes produtos.

Ou seja, a confiança – em mercados de venda direta tais quais as feiras – é um processo construído socialmente através das interações estabelecidas entre os atores, e permeado pelo compartilhamento de valores que são anteriores a estas interações, ainda que sejam reforçados e ressignificados através delas. No caso empírico analisado, da Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo, a construção deste processo claramente é vista a partir da verificação de que, para os atores que a compõem, importa menos as características dos produtos em si do que os valores sociais que são trocados e que conferem distinção aos alimentos ali comercializados.

Os dados apresentados demonstram que esta rede alimentar é pautada por uma representação social que é compartilhada pelos produtores e consumidores e faz referência a um passado rural comum entre estes, os quais, respectivamente, justificam a busca por estes produtos pela sua origem “da roça” e constroem estratégias de atuação apoiadas na valorização de modos de vida tradicionais/coloniais.

Estes valores sociais – principalmente a amizade e o interconhecimento – estão vinculados diretamente aos alimentos locais do território de Passo Fundo, assim como aos modos de vida dos agricultores e as técnicas e conhecimentos tradicionais da pequena produção familiar. Deste modo, este mercado alimentar é construído e alicerçado por um conjunto de relações e interações sociais valorizadas através de representações ligadas a um passado rural, e não por relações de oferta e demanda e, muito menos, pela construção e definição de preços.

Finalmente, para que mecanismos de acreditação e relações de confiança sejam efetivamente melhorados, torna-se imperativo aprofundar o papel desempenhado pelos consumidores nestes mercados, voltando o foco para os valores e motivações que orientam suas práticas cotidianas de consumo (alternativo) e que legitimam processos de qualificação destes alimentos.

Isto implica em um desafio às análises sociológicas, mas também possibilitam uma renovação das análises do rural e das formas de organização e ação dos seus habitantes, na medida em que permite verificar como a dimensão do consumo enquanto prática social (às vezes política) é utilizada pelos atores para construir formas alternativas de mercado e de reprodução social. Temas até então pouco estudados – como o consumo e a alimentação – são centrais para compreensão das transformações contemporâneas do rural e das respostas construídas cotidianamente a estas transformações, o que impõe uma nova agenda de pesquisas para os estudos rurais (e a sociologia).

Referências

- ALBUQUERQUE, A. *Sucessões e coexistências do espaço campinense na sua inserção ao meio técnico-científico-informacional: a feira de Campina Grande na interface desse processo*. Dissertação (mestrado em Geografia). Programa de Pós-Graduação em Geografia, UFPE, 2003.
- ANJOS, F. S. dos; GODOY, W.; CALDAS, N. *As feiras livres de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências*. Pelotas: Ed. e Gráfica Universitária, 2005.
- BARBOSA, L. Tendências da alimentação contemporânea. In: PINTO, M. de L.; PACHECO, J. K. (Org.). *Juventude, consumo e educação*. Porto Alegre: ESPM, 2009.
- BETTI, P.; FENIMAN, E.; SCHNEIDER, T.; NIEDERLE, P. O consumo politizado como resposta à crise socioambiental: as justificativas sociais da compra de produtos orgânicos em feiras-livres de Curitiba. In: NIEDERLE, P.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. (Org.). *Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura*. Curitiba: Kairós, 2013.
- BRUNORI, G. Local food and alternative food networks: a communication perspective. *Anthropology of Food*, S2, Mars 2007, *From local food to localised food/De produits locaux a produits*. 2007.
- CASSOL, A. *Redes agroalimentares alternativas: mercados, interação social e a construção da confiança*. Dissertação (mestrado em sociologia). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.
- CRUZ, F. T. Produtores, consumidores e a valorização de produtos tradicionais: um estudo sobre qualidade de alimentos a partir do caso do queijo serrano de cima da serra - RS. *Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural)*. UFRGS: Porto Alegre. 292p., 2012.
- DURKHEIM, E. *Da divisão do trabalho social*. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010. 483 p.
- FERRARI, D. *Cadeias agroalimentares curtas: a construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina*. Tese (doutorado em Desenvolvimento Rural). Faculdade de Ciências Econômicas, UFRGS, Porto Alegre, 2011.
- FONTE, M. Food relocalisation and knowledge: dynamics for sustainability in rural areas. In: FONTE, M.; PAPADOPOULOS, A. G. (Ed.). *Naming food after places: food relocalisation and knowledge dynamics in rural development*. Farnham: Ashgate, 2010.
- FONTE, M. Knowledge, food and place. A way of producing, a way of knowing. *Sociologia Ruralis*, v. 48, n. 3, jul. 2008.
- GARCIA, M. F. *Feira e Trabalhadores Rurais: As feiras do Brejo e do Agreste Paraibano*. Tese (Doutorado em Antropologia Social). Museu Nacional, UFRJ, Rio de Janeiro, 1984.

- GARCIA, M. F. Mercado e modos de dominação: a Feira e as vinculações de trabalhadores na plantation açucareira nordestina. In: NEVES, D.; SILVA, M. (Org.). *Processos de constituição e reprodução do campesinato no Brasil: formas tuteladas de condição camponesa*. Vol. 1. São Paulo: Editora UNESP/Distrito Federal: Núcleo de Estudos Agrários e Desenvolvimento Rural, 2008.
- GARCIA, M. F. O Segundo sexo do comércio, camponesas e negócio no Nordeste do Brasil. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 19, 1992.
- GARCIA, M. F. Representações científicas e práticas mercantis camponesas. *Raízes*, Campina Grande, n. 2, p. 196-211, jul./dez. 2002.
- GARCIA, M. F. Representações científicas e práticas mercantis camponesas. *Raízes*, n. 2, Campina Grande, p. 196-211, jul-dez 2002.
- GIDDENS, A. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora UNESP, 1991.
- GOODMAN, D. Rethinking food production-consumption: integrative perspectives. *Sociologia Ruralis*, v. 42, n. 4, p. 271-277, oct. 2002.
- GOODMAN, D.; DUPUIS, E.; GOODMAN, M. *Alternative food networks*. London and New York: Routledge, 2012.
- GRISA, C.; SCHNEIDER, S. (Org.). *Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2015.
- GUIVANT, J. S. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. *Ambiente & Sociedade*. vol. 6, n. 2, julio-diciembre, 2003, pp. 63-81.
- ILBERY, B.; MORRIS, C.; BULLER, H.; MAYE, D.; KNEAFSEY, M. Product, process and place an examination of food marketing and labelling schemes in Europe and North America. *European Urban and Regional Studies*, v. 12, p. 116-132, 2005.
- KIRWAN, J. Alternative strategies in the UK agro-food system: interrogating the alterity of farmer's markets. *Sociologia Ruralis*, v. 44, n. 4, oct. 2004.
- KJAERNES, U. Risk and trust in the food supply. In: MURCOTT, A.; BELASCO, W.; JACKSON, P. (Ed.). *The handbook of food research*. Londres: Bloomsbury academic, 2013. 680 p.
- KLAFKE, F. *Consumo de alimentos e reflexividade: os(as) consumidores(as) da Banca da Reforma Agrária*. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Ciências Sociais). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, UFRGS, Porto Alegre, 2009.
- KNEAFSEY, M. et al. *Reconnecting consumers, producers and food: exploring alternatives*. Londres: Berg Publishers, 2008.
- KNEAFSEY, M. et al. *Short food supply chains and local food systems in the EU*. A state of play of their socio-economic characteristics. European Commission. Joint research center. Institute for prospective technological studies. Publication office of the European Union. 2013. 179 p.
- MARSDEN, T. K. et al. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis*, v. 40, p. 424-438, 2000.
- MARSDEN, T.; BANKS, J.; RENTING, H. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A*, v. 35, p. 393-411, 2003.
- MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. *Sociologia e Antropologia*, São Paulo, v. 2, p. 49-209, 1974.

MDS. *Mapeamento de segurança alimentar e nutricional nos estados e municípios: resultados preliminares*. Brasília: Ministério do desenvolvimento social e combate à fome, 2014.

MIELE, M. Consumption culture: the case of food. In: CLOKE, P. M. T.; MOONY, P. (Ed.). *The Handbook of Rural Studies*. Vol. 1. London and New York: Sage, 2006.

MIELE, M. *Creating sustainability: the social construction of the market for organic products*. Wageningen: Wageningen University, 2001.

MURDOCH, J.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Quality, nature, and embeddedness: some theoretical considerations in the context of the food sector. *Economic geography*, v. 76, n. 2, p. 107-125, 2000.

PALMEIRA, M. Feira e mudança econômica. *Virtual brazilian anthropology (vibrant)*, v. 11, n. 1, p. 324-360, 2014.

PELSMACKER, P. et al. Do consumers care about ethics? Willingness to pay for fair-trade coffee. *Journal of consumer affairs*, v. 39, n. 2, p. 363-385, 2005.

POLANYI, K. *A Grande Transformação: as origens de nossa época*. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1980.

PORTILHO, F. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. *Política & Sociedade*, v. 8, n. 15, p. 199-224, out. 2009.

RADOMSKY, G. F. W. Certificações, sistemas participativos de garantia e agricultura ecológica: aspectos da relação entre agricultores e consumidores. In: NIEDERLE, P.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. (Org.). *Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura*. Curitiba: Kairós, 2013.

RADOMSKY, G. F.W. *Certificação participativa e regimes de propriedade intelectual*. Tese (doutorado em Antropologia Social). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, UFRGS, Porto Alegre, 2010.

REMAUD, H. et al. *Do australian wine consumers value organic wine?*. 4th International Conference of the academy of wine business research. Refereed paper. Siena, July 2008.

RIBEIRO, E. M. (Org.). *Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semi-árido de MG*. Fortaleza: BNB/UNFLA, 2007.

SASSATELLI, R. The political morality of food: discourses, contestation and alternative consumption. In: HARVEY, M. et al. *Qualities of food*. Manchester: Manchester University Press, 2004. p.176-207.

SCARABELOT, M. *A construção de cadeias agroalimentares curtas em Nova Veneza, SC*. Dissertação (mestrado em Desenvolvimento Rural). Faculdade de Ciências Econômicas, UFRGS, Porto Alegre, 2012.

SEYFANG, G. *The new economics of sustainable consumption*. London: Palgrave MacMillan, 2009.

SILVA, V. *“Vamos fazer a feira”*: práticas feirantes e negociação na Feira Central de Campina Grande (PB). Dissertação (mestrado em Sociologia). Programa de Pós-Graduação em Sociologia, UFCG, Campina Grande, 2005.

SIRIEIX, L. et al. *How do consumers react in front of individual and combined sustainable food labels?* A UK focus group study. Working paper apresentado no Encontro Científico Universitário Sherbrooke-Montpellier, Maio 2011.

STEINER, P. *A sociologia econômica*. São Paulo: Ed. Atlas, 2006.

THOMÉ DA CRUZ, F. *Produtores, consumidores e a valorização de produtos tradicionais: um estudo sobre qualidade de alimentos a partir do caso do queijo serrano dos campos de cima da Serra/RS*. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, UFRGS, Porto Alegre, 2012.

WARDE, A. *Consumption, food and taste*. London: Sage Publications. 1997.

As indicações geográficas e os novos mercados para os vinhos brasileiros

Paulo André Niederle
Fernanda Novo da Silva

Introdução

A literatura contemporânea demonstra que o uso de mecanismos de distinção qualitativa se tornou recorrente em praticamente todos os tipos de mercados agroalimentares (Busch, 2013; Ponte e Gibbon, 2005; Valceschini e Nicolas, 1995). Isto se deve, em parte, à expansão das cadeias globais de valor, onde uma miríade de selos e certificados é responsável por intermediar relações econômicas entre agentes dispersos e anônimos. Busca-se com isso informar a todos os elos da cadeia quais são os atributos que diferenciam determinado produto. Em um esforço para estabilizar representações qualitativas, estes dispositivos garantem a ação à distância (Callon, 1993). Sem eles, os atores econômicos enfrentariam inúmeros problemas de coordenação, que praticamente inviabilizariam a existência de determinados mercados globais.

Mas, por outro lado, para além da expansão espacial dos mercados, a construção de alguns mecanismos de diferenciação também responde à organização de estratégias mais territorializadas, algumas das quais prezam pelo encurtamento das cadeias de co-

mercualização, aproximando produtores e consumidores (Hebinck, Ploeg e Schneider, 2015). E isto pode ocorrer sem prejuízo à inserção em cadeias globais. Pelo contrário, ao mesmo tempo em que o funcionamento da economia agroalimentar ancora-se em ativos com forte especificidade territorial (Storper, 1997; Pecqueur, 2000), os territórios mais dinâmicos estão conectados a redes globais de produção (Coe e Hess, 2007) – o caso clássico sendo aquele da Terceira Itália (Bagnasco e Triglia, 1993). A questão, portanto, não é a espacialidade, mas a quantidade e a qualidade das conexões à montante e à jusante.

Um dos casos mais emblemáticos deste tipo de dispositivo de diferenciação é encontrado nas Indicações Geográficas (IGs). Este mecanismo de propriedade intelectual, pauta recorrente das negociações de comércio internacional, é mobilizado com vistas a ampliar o reconhecimento de produtos profundamente enraizados nos seus territórios. Em tese, as IGs constituem a expressão de um modelo pós-produtivista de produção e consumo alimentar que enseja a valorização de tradições, costumes, saberes, práticas e outros bens imateriais associados a uma identidade territorial. Na prática, contudo, seus usos são muito variados. Os efeitos de uma IG dependem de um complicado processo de negociação acerca das normas e padrões que serão adotados em cada território (Vandecandelaere et al., 2009). É a partir dos compromissos firmados localmente, que se institucionalizam em Regulamentos de Uso, que se pode perceber, por exemplo, se a IG volta-se à organização de mercados globais ou privilegia a estruturação de circuitos locais, ou ainda, se procura articular ambos.

A partir de pesquisas conduzidas em quatro projetos de IG para vinhos (Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira, Vales da Uva Goethe, Campanha¹), todos localizados na região sul do Brasil, analisamos neste capítulo o potencial deste instrumento à conformação de novos mercados. Nossa premissa inicial sugeria o uso das IGs como uma espécie de catalisador institucional de novas cadeias curtas de comercialização (Chiffolleau, 2008). Mas os resultados revelam que os projetos procuram articular estratégias “glocais” (Robertson, 1994) que, fortalecendo circuitos locais e de proximidade, os quais contribuem decisivamente para alterar a imagem dos vinhos brasileiros, também buscam alcançar redes mais extensas. Neste caso, contudo, para além de uma tentativa de encurtar as cadeias, o que muda é a natureza dos intermediários. No Brasil, até agora os produtos com IG desviam da intermediação das grandes redes supermercadistas – onde prepondera a concorrência por preço e marca – e apostam em circuitos mais diretos, sobretudo em mercados locais, mas também no varejo especializado.

Para além desta introdução, o capítulo está organizado em mais quatro seções. A próxima discute a crise do segmento vitivinícola brasileiro a partir da abertura econômica dos anos 1990 e as alternativas que foram construídas, dentre as quais se inserem as IGs. Em seguida, descreve-se o processo de construção das IGs vinícolas no Brasil, destacando a estrutura de governança e os mecanismos institucionais que viabilizam sua construção. Segue uma seção discutindo os efeitos da construção de no-

¹ Enquanto os três primeiros já tiveram a IG reconhecida pelo INPI, no caso da Campanha o projeto está em desenvolvimento.

vos mercados em cada caso analisado. As considerações finais sintetizam os principais resultados e apontam algumas evidências que podem orientar futuras investigações.

A construção de novos mercados como resposta à crise do setor vitivinícola

No final dos anos 1990 uma percepção de crise se generalizou no mercado vitícola. Em todo lugar, a crise constituiu uma explicação genérica e insuficiente para uma confluência de transformações que integravam superprodução de uva e de vinho, queda do consumo nos países tradicionais, emergência de novas regiões produtoras e concentração das vendas no grande varejo. Para muitos autores, o componente comum destas mudanças encontrava-se no movimento de globalização, percebido como a emergência de uma nova estrutura institucional que estava transformando as fronteiras geográficas e semânticas entre o velho e o novo mundo vitivinícola (Schirmer, 2007; Garcia-Parpet, 2009).

No Brasil, o discurso da crise foi pautado principalmente pelos efeitos da política cambial e fiscal que, em um contexto de crescente liberalização econômica, impossibilitava a concorrência do produto nacional com aquele proveniente de outros países, sobretudo dos vizinhos do Cone Sul. A “invasão” do mercado brasileiro pelos vinhos importados tornou-se cada vez mais dramática. Entre 2002 e 2014, quadruplicou a quantidade de vinhos chilenos e argentinos comercializados no Brasil. Atualmente, apenas estes dois países respondem por mais de 50% do mercado de vinhos finos (ou seja, 49 dos 96 milhões de litros comercializados em 2014). No conjunto, a fatia de mercado ocupada pelos importados, que era de 48% em 2002, saltou para 80% em 2014. Enquanto isso, a venda dos vinhos finos nacionais caiu de 25,3 para 19,3 milhões de litros, representando hoje apenas 20% do volume comercializado.²

Embora o contexto recente (sobretudo a partir do início de 2015) destoe dessa trajetória, até então a valorização cambial da moeda, o aumento do poder aquisitivo da população e as estratégias de preço e *marketing* das empresas estrangeiras para conquistar este enorme mercado em potencial foram os principais motivadores da elevação do consumo de vinhos importados. Soma-se a isso a dificuldade dos produtores brasileiros em desfazer a imagem deteriorada da qualidade dos vinhos nacionais, efeito de diversos fatores, dentre os quais sobressai um histórico de reduzido investimento tecnológico e problemas com fraudes e adulterações do produto nas décadas anteriores.³

A situação é distinta no caso dos espumantes, onde o Brasil incrementou sua competitividade e imagem, inclusive no mercado internacional. As importações de

² Como alternativa, algumas vinícolas buscaram o mercado externo. Um dos impulsionadores da internacionalização do setor é o consórcio *Wines of Brasil*, organizado pelo Ibravin. Os resultados são promissores. Enquanto em 2007 o país exportava U\$\$ 1,7 bilhão, em 2014 foram U\$\$ 9,9 bilhões.

³ A modernização da vitivinicultura nacional foi parcialmente obstruída durante os anos 1980, em virtude do fechamento do mercado. Com uma demanda estável, as vinícolas não investiram na melhoria dos processos produtivos. Assim, quando da abertura comercial dos anos 1990, isto se tornou um dos principais fatores explicativos da baixa competitividade do setor frente aos concorrentes externos.

espumantes foram reduzidas nos últimos anos: de 36% do volume comercializado em 2004, para 22% em 2009 e 20,5% em 2014 (Uvibra, 2015). Por conseguinte, a comercialização do produto nacional foi crescente. Em 2004, foram 5,47 milhões de litros; em 2009, 11,19 milhões; e em 2014, 16,7 milhões (Uvibra, 2015). Como destacam Sluszz e Padilha (2008), o país obteve reputação no mercado de espumantes, sobretudo a Serra Gaúcha que, em virtude de características de solo e clima, tem sido considerada “uma das três melhores regiões do mundo” para produção de uvas destinadas a este tipo de vinho. Mas, apesar de crescente, a produção de espumante ainda compõe uma fatia menor do mercado. São 21 milhões de litros anuais.

Ao longo do tempo se tornou evidente a impossibilidade de se desviar dos novos constrangimentos impostos pelo mercado globalizado. O discurso da crise começou a ficar fora de moda. Um novo entendimento foi produzido sobre o que começa a ser visto como uma reconfiguração sem precedentes no mundo do vinho, cuja forma final ainda não é totalmente manifesta. Junto a isso, as próprias antinomias que durante a crise se esforçaram em destacar conflitos entre velho e novo mundo vitivinícolas, vinhos de *terroir* e tecnológicos, e mesmo entre estratégias ditas “de preço” e “de qualidade”, também começam a submergir. Na medida em que a globalização não poupou nem mesmo os produtores emergentes dos efeitos da crise, por toda parte o que se percebe são países, regiões e produtores buscando redefinir as maneiras de produzir, criando verdadeiros *assemblages* de normas, padrões e regras de produção (Niederle, 2011).

Um novo entendimento foi gestado entre estudiosos e representantes do setor, sugerindo que a única alternativa para o Brasil sair de sua posição desfavorável na cadeia de valor é o investimento em inovações que possibilitem produção de qualidade com custos competitivos. Neste sentido, dois tipos não excludentes de estratégias sobressaíram. Por um lado, algumas vinícolas apostaram na implantação de vinhedos em novas regiões, como a Campanha Gaúcha e o Vale do São Francisco, buscando vinhos com qualidades diferenciadas e a redução dos custos pela ampliação da escala de produção, mecanização e qualidade sanitária dos solos. Por outro lado, alguns empreendimentos apostaram em alternativas localizadas, tentando beneficiar-se da crescente valorização de atributos territoriais específicos, nomeadamente através da associação dos vinhos com aspectos socioculturais de identidade e tradição, com a natureza e a paisagem, ou ainda, com métodos peculiares de produção.

As IGs emergem neste contexto, de busca por alternativas à perda de competitividade das empresas frente a um mercado cada vez mais volátil. Seu uso somente pode ser compreendido a partir deste quadro mais amplo. Ele explica, por exemplo, porque até o momento o principal impacto das IGs está associado à reestruturação dos mecanismos de coordenação dos mercados. Antes de tudo, a construção das IGs se tornou a ocasião para unificar os produtores em torno de um projeto coletivo. As associações de vinícolas não gestionam apenas a IG, mas um conjunto mais amplo de estratégias, as quais respondem, por um lado, à uma lógica setorial que privilegia a inovação tecnológica dos processos de produção em uma perspectiva eminentemente modernizante e, por outro, à uma lógica territorializada que coloca em evidência outras dimensões qualitativas como a tradição, o saber-fazer e os costumes locais.

As Indicações Geográficas no centro das novas estratégias competitivas

A lei brasileira de propriedade industrial define duas categorias de IG no país, cada qual correspondendo a um instrumento jurídico específico. A *Indicação de Procedência* (IP) refere-se a um nome geográfico tornado reconhecido pela produção, extração ou fabricação de determinado produto, ou pela prestação de dado serviço, independentemente de outras características. Por sua vez, a *Denominação de Origem* (DO) designa um nome geográfico de uma região ou território no qual um produto ou serviço é peculiar em virtude de qualidades diferenciais que se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (Lei n. 9.279/1996).

Atualmente, o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) reconhece 52 IGs, sendo 8 estrangeiras (todas na modalidade DO) e 44 nacionais (9 DO e 35 IP). A primeira IG reconhecida no Brasil foi uma DO portuguesa de vinhos, denominada Região dos Vinhos Verdes, em 1999. A primeira IG brasileira, também para vinhos, foi reconhecida em 2002, a IP Vale dos Vinhedos. Deste então, nota-se uma diversidade de solicitações de registro. Hoje, a lista de produtos agroalimentares brasileiros sob o signo de uma IG inclui, por exemplo, vinho (Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira, Monte Belo, Vales da Uva Goethe, Altos Montes, Farroupilha); carne (Pampa Gaúcho); queijo (Serro, Canastra), capim dourado (Jalapão); café (Cerrado Mineiro, Norte Pioneiro do Paraná); cachaça (Parati, Salinas), camarão (Costa Negra), cajuína (Piauí) e algodão (Paraíba).

No caso específico do segmento vinícola, pode-se afirmar que as IGs surgiram a partir da aposta que algumas empresas fizeram em um conceito que estava sendo proposto pela Embrapa Uva e Vinho (Niederle e Vitrolles, 2010). Há alguns anos esta entidade vem desenhando um projeto de regionalização da produção vitivinícola. O objetivo é, a partir de projetos de zoneamento agroclimatológico, qualificar a produção apostando em produtos com diferenciais de origem. A proposta envolve a delimitação de sete polos: Vale dos Vinhedos, Altos Montes, Monte Belo do Sul, Farroupilha, Pinto Bandeira, Vale do Submédio São Francisco e Campanha.

A primeira experiência iniciou nos anos 1990, a partir da criação da Associação dos Produtores de Vinhos do Vale dos Vinhedos (Aprovale). Uma parceria que envolveu a Associação, a Embrapa e a Universidade de Caxias do Sul (UCS) possibilitou a realização de pesquisas que visavam subsidiar a delimitação da área geográfica do Vale dos Vinhedos, analisar a adaptabilidade de cultivares e estudar os parâmetros físico-químicos de qualidade do produto. Juntamente com estudos sobre a trajetória sociohistórica da área, estas pesquisas conferiram subsídios para a demanda da IP Vale dos Vinhedos (IPVV), a qual foi depositada no INPI em 2000, e obteve seu reconhecimento dois anos depois. Por sua vez, a continuidade das pesquisas foi fundamental para a construção da DOVV, solicitada em 2010 e reconhecida em 2012.

O sucesso da experiência do Vale dos Vinhedos incitou o desenvolvimento de projetos similares. Na Serra Gaúcha, a próxima IP vinícola a obter o reconhecimento

foi Pinto Bandeira (IPPB). A iniciativa começou em 2001, a partir da constituição da Associação de Produtores de Vinho de Pinto Bandeira (Asprovinho). Logo em seguida constituiu-se uma Comissão Técnica, também formada por representantes da Associação, Embrapa e UCS, que passou a atuar no levantamento das informações sociohistóricas e dos parâmetros de produção. Em 2004 as vinícolas já passaram a produzir segundo as normas estabelecidas. O depósito do dossiê da IPPB junto ao INPI ocorreu em 2008 e o reconhecimento foi concedido em 2010.

Nesta mesma linha foi desenvolvida e depositada, no início de 2012, a solicitação da Apromontes para a IP Altos Montes (IPAM), a qual está circunscrita entre os municípios de Flores da Cunha e Nova Pádua. Similarmente ao que se passou alhures, em 2005 a entidade firmou um convênio com a Embrapa e outras instituições parceiras, contando ainda com o apoio financeiro do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), para conduzir as investigações e a sistematização de informações que resultaram no protocolo normativo (Regulamento de Uso) com vistas à criação da IPAM. A concessão ocorreu em 2012.

Outro projeto centrou esforços na construção da IP Monte Belo (IPMB), a qual abarca principalmente o município de Monte Belo do Sul. Trata-se de uma zona adjacente ao Vale dos Vinhedos, tradicionalmente subministradora de uvas para produção de vinhos em outros municípios da Serra Gaúcha. A produção vinícola é recente na área, ganhando expressão sobretudo a partir da década de 1990, em virtude do contexto de crise que acarretou forte redução na demanda e nos preços da uva. Já a partir de 2000, com o incremento da área de produção, a aposta na agregação de valor e as melhorias nas técnicas de vinificação, os produtores iniciaram a mobilização em prol do reconhecimento de uma IP. Esta foi capitaneada pela Associação dos Vitivinicultores de Monte Belo do Sul (Aprobelo), criada em 2003. As pesquisas foram desenvolvidas a partir de uma parceria que, neste caso, além das instituições já citadas, também envolveu o Sebrae e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A requisição da IP ocorreu em 2012 e, um ano depois foi obtido seu reconhecimento.

A última iniciativa inscrita na Serra Gaúcha corresponde à IP Farroupilha (IPF). Nos mesmos moldes dos demais projetos, o primeiro passo aqui foi a constituição da Associação Farroupilhense dos Produtores de Vinhos, Espumantes, Sucos e Derivados (Afavin), criada em 2005. Neste caso, o projeto destaca a particularidade do município na produção da uva moscato, a partir da qual são elaborados espumantes moscatéis. O convênio entre a Associação e a Embrapa para a elaboração dos estudos concernentes à IP foi assinado em 2009, sendo que os mesmos resultaram na demarcação da área e na definição das normas de produção e controle. O depósito do pedido da IPF no INPI ocorreu em 2014 e seu reconhecimento em 2015.

Note-se, portanto, que todos os projetos para IGs vinícolas na Serra Gaúcha foram liderados pela Embrapa. Mas não apenas estes. Os pesquisadores da entidade também têm trabalhado na formatação de um projeto de IP na região da Campanha Gaúcha, a partir da Associação dos Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha, e na região do Vale Submédio São Francisco (no Nordeste), por intermédio da Associação de Produtores e Exportadores de Hortigranjeiros e Derivados do Vale do São Francisco (Valexport) e do Instituto do Vinho do Vale do São Francisco

(Vinhovaf). Ainda em desenvolvimento, estes projetos seguem princípios e conceitos similares, mas guardam diferenças importantes em virtude de abarcarem territórios onde a vitivinicultura tem uma trajetória mais recente, marcada por processos mais impetuosos de inovação tecnológica e econômica.

O desenvolvimento deste conjunto de projetos também expressa que as IGs, criadas originalmente no contexto europeu como uma ferramenta de proteção contra fraudes e usurpações, converteram-se estrategicamente em instrumento para mobilização e rearranjo de recursos locais com vistas a construção de novos mercados. Em busca de alternativas no mercado de vinhos, o setor produtivo apostou em um conceito que estava sendo proposto por pesquisadores, os quais, por sua vez, se espelhavam nas conhecidas experiências internacionais. A partir da articulação com as Associações de Produtores, a Embrapa passou a coordenar e articular um amplo conjunto de atores e organizações, constituindo uma ponte, através da qual circulam recursos e informações (Figura 1). De certo modo, a entidade viu nas IGs a oportunidade para promover inovações técnicas, organizacionais e institucionais que respondem a um projeto de regionalização e qualificação da produção vinícola brasileira.

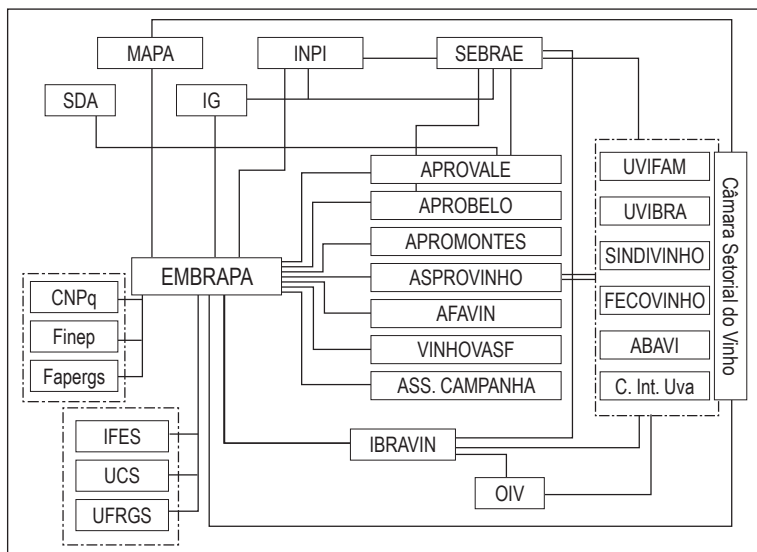


Figura 1. Rede de organizações nos projetos de IG para vinhos finos.

Fonte: Adaptado de Niederle e Vitrolles (2010).

Mas existe uma IG vinícola que destoa ligeiramente desta trajetória. Situada na região sul de Santa Catarina, a IP Vales da Uva Goethe (IPVUG) foi protagonizada pela Associação dos Produtores dos Vales da Uva e do Vinho Goethe (Progoethe), criada em 2005, com suporte de pesquisadores e técnicos do Sebrae, da Epagri e da UFSC. Abarcando sete vinícolas de pequeno porte, a Associação não seguiu o modelo

da Embrapa, que se volta exclusivamente à qualificação dos vinhos finos (produzidos com variedades europeias). Isso incorreria, dentre outras coisas, em um amplo processo de reconversão produtiva dos vinhedos locais. Ao invés disto, a Associação privilegiou a melhoria dos atributos físico-químicos e organolépticos de um vinho de mesa (que possui uvas de variedades americanas ou híbridas na sua composição). Apropriando-se das referências identitárias (cultura italiana) e patrimoniais (arquitetura, paisagem, gastronomia colonial e italiana) da região, produtores e técnicos levaram à cabo um processo de reconstrução da qualidade do tradicional vinho Goethe. Solicitado no INPI em 2010, o reconhecimento desta IP ocorreu em 2012.

IGs, territorialização e construção de novos circuitos de comércio

A criação de uma IG pode ser lida como um amplo processo de mudança institucional, que se desenrola a partir da negociação das normas e padrões que orientam os processos de produção-apropriação-distribuição nos mercados. Uma vez que o arranjo institucional é específico a cada território – sobretudo no Brasil, onde a regulação nacional deste mecanismo é sabidamente frágil (Niederle e Gelain, 2013) – é necessário compreender como este processo ocorre *in loco*. Nesta seção analisamos quatro contextos exemplares do modo como as IGs articulam-se à construção de distintos circuitos de troca.

Vale dos Vinhedos

O Vale dos Vinhedos foi uma das primeiras áreas da Serra Gaúcha a receber imigrantes italianos, a partir de 1875. Foi neste momento que se iniciou a construção do que hoje é a mais tradicional e reputada zona vitivinícola do país. Mas, a rigor, esta reputação também responde por um processo mais recente, o qual procura expressar a excelência na produção de vinhos finos. Esta reconstrução identitária inicia, primeiramente, com o protagonismo dos atores locais na constituição de um aglomerado de vinícolas que facilitou ações coletivas e favoreceu o surgimento de oportunidades inovadoras de desenvolvimento. Como destacam Silva et al. (2005), os atores locais souberam criar uma espécie de “*knowledge cluster*”, conformando uma rede de organizações que permitiu a geração e disseminação de conhecimentos associados à vitivinicultura, e que se tornou indispensável para o próprio desenvolvimento da IG.

Em segundo lugar, não há como separar a trajetória econômica e cultural do Vale dos Vinhedos do desenvolvimento do enoturismo no Brasil. Além da concentração de cantinas, a abertura de museus, restaurantes, hotéis e queijarias ajudou a fazer do local um dos principais destinos turísticos da região sul, recebendo cerca de 300 mil pessoas anualmente. Como nota Valduga (2007), o crescimento do enoturismo já era observado antes mesmo da criação da IG e foi determinante para o sucesso desta. Todavia, a IG facilitou a comunicação com os turistas, institucionalizando a identidade do território e tornando-se uma importante ferramenta de marketing (Niederle, 2009).

Finalmente, esta trajetória também alvitra uma resposta às transformações em curso na cadeia global de valor. A constituição de uma rede de pequenas e médias cantinas e o foco no enoturismo como estratégia de mercado foram os meios encontrados para enfrentar o cenário de crise que marcou os anos 1990 (Flores, 2007). Com vistas a encontrar uma alternativa frente ao poder das grandes empresas e cooperativas, as quais ditavam as condições de produção e os preços pagos pela uva, algumas famílias investiram na construção de cantinas próprias e apostaram na diferenciação de mercado. Direcionando-se a um público consumidor em busca de produtos territorializados, elas desencadearam um amplo processo de inovações produtivas e organizacionais, o que iniciou com a criação da Aprovale, em 1995.

Constituída inicialmente por seis cantinas, atualmente a Aprovale conta com 31 vinícolas associadas (em uma área de apenas 81 km²). Desde sua constituição, a Associação teve como propósito atuar na construção da IG. O projeto envolveu diversos segmentos e, segundo Flores (2007), foi responsável pelo surgimento de um “novo ambiente institucional”. Como revela o autor, a rede de atores articuladas em torno da Associação alterou consideravelmente o jogo de poder existente no território, reduzindo o peso das empresas de capital externo e das cooperativas. Apesar de não contar com todas as vinícolas locais associadas, e do grau de cooperação direta entre os associados ser relativamente pequeno, a Associação se tornou um dos mais importantes atores coletivos do território, imprimindo profundas mudanças sociotécnicas na vitivinicultura.

O ritmo das transformações territoriais foi tão intenso que, aquilo que iniciou com pequenas e médias vinícolas familiares, hoje abarca vultosos empreendimentos industriais. O exemplo emblemático é a Miolo Wine Group, que, de uma pequena cantina familiar nos anos 1980, se tornou atualmente o maior conglomerado do segmento vinícola brasileiro, com capitais provenientes de diferentes investidores nacionais e internacionais. Outros empreendimentos que também expandiram consideravelmente sua atuação foram a Casa Valduga e a Chandon – embora esta última, respondendo ao controle exercido pela matriz francesa, não tenha participado ativamente na construção da Associação e da IG. Em menos de duas décadas, as empresas do Vale dos Vinhedos já representavam um quinto da produção brasileira de vinhos finos, sendo que estas três maiores respondiam por 80% do volume (Caloête, 2007).

Esta divisão assimétrica do mercado expressa parte da desigualdade que, juntamente com a expansão econômica, foi se tornando crescente no interior da região, e que também repercute nas estratégias mercadológicas. À primeira vista, enquanto as maiores empresas, sobretudo a Miolo, passaram a ocupar um espaço crescente dentro de segmentos mais convencionais ligados ao grande varejo e ampliaram suas estratégias comerciais para atingir o mercado internacional (inclusive por meio de *joint ventures* com empresas estrangeiras), as pequenas e médias vinícolas apostaram em estratégias diferenciadas, abrindo espaço para seus vinhos em restaurantes, lojas e pontos de venda especializados, e mantendo a venda direta ao consumidor, sobretudo associada ao enoturismo, como o principal meio de comercialização. Ademais, nesta perspectiva de mercados diretos, uma estratégia que mais recentemente também adquiriu importância foi a comercialização via internet.

Uma análise mais cuidadosa deste processo revela, todavia, que as empresas atuam em distintos circuitos. No segmento de vinhos, tão ou mais importante que o tamanho da vinícola é o tipo de produto e a estratégia de diferenciação implementada. Isso faz com que mesmo as maiores vinícolas tenham linhas específicas de produtos para cada circuito de mercado. E no que diz respeito especificamente ao uso da IG, o que aconteceu no Vale dos Vinhedos foi um esforço coletivo, coordenado pela Aprovele em parceria com a Embrapa, de reservar o uso deste signo aos “melhores vinhos”.

Entre 2002 e 2012, este esforço envolveu uma espécie de compromisso tácito ancorado em convenções não formalizadas, uma vez que o Regulamento de Uso da IPVV é bastante flexível com relação, por exemplo, ao número de cultivares, produtos e processos autorizados. Mas, com o reconhecimento da DOVV, esta estratégia se tornou mais manifesta, haja vista a redução no número de produtos autorizados, a restrição a apenas algumas cultivares emblemáticas (Merlot para tintos; Chardonnay para brancos) e o estabelecimento de padrões físico-químicos mais rígidos. As implicações deste processo repercutem no tipo de mercado ao qual se destinam os vinhos com a DO, mas também em todo o processo de produção e na trajetória de desenvolvimento territorial.

O caso da vinícola Miolo é novamente exemplar. No começo dos anos 2000, a empresa trabalhava com cerca de 80 fornecedores de uva na região, representando 450 hectares de vinhedos. Grande parte da produção era destinada à linha Miolo Seleção, um dos vinhos da categoria “básico luxo” elaborados pela empresa, e que se adequava à normativa da IP. Por sua vez, as categorias “ícone”, “ultra-premium” e “super-premium”⁴ eram produzidas com uvas oriundas basicamente de vinhedos próprios. Quando a vinícola transferiu a linha “Miolo Seleção” para a Campanha Gaúcha, a maioria dos fornecedores de uva (agricultores familiares) tornou-se dispensável. Em 2011, a unidade do Vale dos Vinhedos trabalhava com menos de dez fornecedores, e visava, nos próximos anos, completar o processo de integração vertical. No Vale dos Vinhedos, a vinícola passou a focalizar na produção dos seus vinhos “mais qualitativos” (Miolo Terroir, Lote 43, Cuvée Giuseppe), aptos à regulamentação da DOVV. Assim, enquanto estes vinhos são destinados a circuitos diferenciados de mercado, as “linhas de combate” como Miolo Seleção e Miolo Reserva adentram nas redes do grande varejo competindo em preço com os similares importados.

Seguido por outras empresas, este tipo de estratégia permitiu reservar o uso da DOVV a uma gama específica de vinhos, evitando o risco de banalização deste dispositivo de diferenciação. No entanto, isto ocorreu sob forte crítica de alguns atores, em virtude da ampliação das restrições e dos efeitos de exclusão que as regras produziram, em particular no que diz respeito ao processo de integração vertical que excluiu os agricultores que forneciam matéria-prima. Ao mesmo tempo, alguns atores colocaram em suspeição o resultado econômico deste processo, questionando o uso

⁴ Essas categorias não detêm regulamentação formal. Cada empresa define a sua pirâmide qualitativa. Assim, dois vinhos “ícones” de empresas diferentes podem possuir consideráveis diferenças qualitativas.

da DO como estratégia de agregação de valor. Na medida em que o “endereço” Vale dos Vinhedos (trata-se de um bairro do município de Bento Gonçalves) segue sendo utilizado indistintamente em todos os vinhos elaborados na região, e que o consumidor brasileiro ainda não está habituado com o uso das IG, o que ocorre, de fato, é uma espécie de “efeito *spillover*”, em que todos se beneficiam da reputação alcançada pelo nome geográfico, incluindo aqueles produtos que não fazem menção à DO e são comercializados no grande varejo. Isto revela que, até o momento, o que agrega valor não é o selo da IG, mas o reconhecimento da origem do produto – trazendo à tona uma nova fase nas discussões sobre a regulamentação das IGs no Brasil.

Pinto Bandeira

Assim como ocorreu no Vale dos Vinhedos, no final do século XIX a região de Pinto Bandeira recebeu uma leva de migrantes europeus, os quais desenvolveram uma agricultura diversificada, sobretudo para autoabastecimento, incluindo a vitivinicultura artesanal. Foi somente na década de 1930 que teve início uma vinicultura empresarial, lastreada pelo surgimento do posto de vinificação da Companhia Vinícola Rio-grandense, da Cooperativa Vinícola São João e da Cooperativa Vinícola Linha Jacinto.

Alguns anos mais tarde, com a emancipação de Farroupilha, essas cooperativas deixaram de pertencer à Pinto Bandeira, mas continuaram mantendo vínculo com os viticultores. Assim, foram necessárias mais duas décadas para ressurgir no local um novo investimento, a Cantina Bigolin, em 1953. Em seguida, a partir dos anos 1960 a vitivinicultura experimenta uma fase de qualificação dos sistemas produtivos, centrando-se na elaboração de vinhos finos varietais. Esta fase foi impulsionada pela abertura do mercado interno, contando com aporte de capital internacional (Tonietto, 2006). Ela resulta da instalação da Companhia Dreher, da Cooperativa Pompeia e, uma década mais tarde, da Cave Geisse e do Centro Tecnológico da Cooperativa Aurora. Já nos anos 1980 são fundadas a Vinícola Fornasier e a Vinícola Dalla Costa – ambas orientadas à produção de vinhos de mesa – e a Vinícola Don Giovanni – que se instalou nas antigas dependências da Companhia Dreher, focalizando a produção de vinhos finos e espumantes. Finalmente, na década seguinte a produção de vinhos finos é reforçada com a instalação da Vinícola Valmarino.

Flores et al. (2005) indicam que, diferentemente da trajetória experimentada por outras regiões, como Monte Belo do Sul, Pinto Bandeira se destaca pela forte presença de centros de difusão tecnológica e pela absorção *in loco* de quase toda a produção de uvas, sem necessidade de escoamento para outras vinícolas efetivar o processamento. Ademais, convém salientar que, diferentemente do Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira compreende uma região montanhosa, com vinhedos em altitudes superiores a 500 metros. Isso define um microclima e condições de solo que, juntamente com fatores humanos que se expressam nas práticas de produção, atribuem características diferenciadas aos vinhos locais, conferindo renome à região.

Foi com base nesta distinção que os viticultores de Pinto Bandeira fundaram a Asprovinho, abarcando pequenas, médias e grandes vinícolas (Protas, 2005). Criada

no afã de “proteger a natureza, a cultura local, os produtores de vinho e, sobretudo, preservar a qualidade e afirmar a identidade dos vinhos e espumantes produzidos no local”, a Associação tem atuado em prol da exploração e divulgação do potencial enoturístico local, ao mesmo tempo em que visa preservar e promover a IPPB.

Atualmente, embora a Associação conte com seis associados (Don Giovanni, Valmarino, Geisse, Terraças e cooperativas vinícolas Pompeia e Aurora), segundo Sacco dos Anjos, Caldas e Pollnow (2014) a mesma tem se sustentado basicamente na atuação de três pequenas vinícolas (Don Giovanni, Geisse e Valmarino), considerando que as demais, por distintas razões, não têm elaborado produtos segundo o regulamento da IPPB. Com efeito, conforme destacamos alhures (Niederle, 2011), o reduzido número de empresas talvez seja um dos maiores desafios para a sustentabilidade deste projeto. Para adequarem-se às normas, as cooperativas enfrentam problemas decorrentes da inexistência de estrutura para vinificação no interior da área (Aurora) ou da indisponibilidade de uvas viníferas aptas à produção de vinhos finos (Pompeia).

No caso da Cooperativa Vinícola Aurora, a maior do gênero no setor de vinhos no Brasil, apesar de possuir uma área de produção vitícola no interior da zona delimitada (no Centro Tecnológico), a mesma processa as uvas na estrutura de beneficiamento situada em Bento Gonçalves (o que não atende ao Regulamento de Uso). Em virtude de sua estrutura de gestão, agregando uma plêiade de interesses individuais, a cooperativa ainda não conseguiu aprovação de seus cooperados para concluir os investimentos necessários à vinificação em Pinto Bandeira. Ademais, apesar da Cooperativa também adotar estratégias para atender a mercados segmentados – com três linhas de produtos que se orientam a diferentes classes de consumo – a mesma ainda não incorporou as IGs. Prova disso é o fato de que, na unidade de beneficiamento situada dentro do Vale dos Vinhedos, a Cooperativa produz as marcas Sangue de Boi e o Country Wine, duas antigas linhas de vinho de mesa de baixo custo que se orientam à grande distribuição.

De modo geral, a Cooperativa Aurora não tem centrado esforços na elaboração de vinhos singulares. Mas é fato que alguns dos seus produtos procuram atender a mercados diferenciados, para o que lança mão da distinção conferida por algumas premiações especializadas e que, segundo muitos especialistas, possuem mais impacto no novo mundo do que outros instrumentos, como as próprias IGs. Utilizados por praticamente todas as vinícolas, este tipo de distinção por prêmios, guias e especialistas é encontrado em todos os mercados em que a Cooperativa se posiciona, em particular nas grandes superfícies de varejo. Ademais, cabe notar que, ao invés da IG, uma estratégia de diferenciação utilizada pela Cooperativa ressalta os vínculos dos seus produtos com um território mais amplo, a Serra Gaúcha, destacando aspectos correlacionados, como a trajetória sociocultural da região e a origem social do produto, ancorado na produção de caráter familiar. Neste sentido, o *slogan* anuncia “grandes vinhos feitos por pequenas famílias”.

No caso da Cooperativa Pompeia, sua situação é marcada pela desintegração do quadro social (dos 260 associados, uma parte não tem depositado sua produção e outra já se encontra desligada da atividade) e por uma grave crise financeira. Além disso, sua produção é comercializada basicamente à granel, em virtude do impedimento do uso da marca Pompeia em seus produtos (Sacco dos Anjos, Caldas e Pollnow, 2014).

Se estes problemas já não fossem suficientes, cabe ressaltar que, de acordo com os padrões estabelecidos no regulamento da IPPB, o fato de sua produção lastrear-se em uvas americanas já inviabilizaria o enquadramento dos produtos.

É por isso que a gestão da IPPB associa-se fundamentalmente às estratégias das vinícolas Don Giovanni, Geisse e Valmarino, as quais convergem para a produção de vinhos de alta gama para mercados altamente especializados. Conforme apontou representante da Asprovinho, o que se busca com a IG é atingir patamares elevados com a elaboração de produtos singulares: “A restrição é justamente o que vai permitir trabalhar num produto ícone, num produto único, num lugar que é restrito. [...] Porque a gente não trabalha com grandes redes. A gente só trabalha com lojas especializadas e restaurantes. Dentro disso, uma limitação de restaurantes por categoria, e dentro disso, os *Top 20* de cada capital [...]” (Silva, 2013).

A aposta está centrada em canais curtos de comercialização, pequena escala e alta agregação de valor. Embora parte significativa destes mercados não seja local, eles são potencializados pelo desenvolvimento do enoturismo. Pelo menos esta é a leitura de um dos produtores entrevistados: “[...] acho que a grande alavanca de tudo isso é o turismo. Turismo que vai fazer ser conhecida a região. Então agora nossa meta é investir cada vez mais em turismo. Ter produtos de qualidade. A qualidade mínima a gente fala. Qualidade mínima que leva o nome. E o turismo que vai nos ajudar a difundir esse nome pelo Brasil afora”. Em outras palavras, o turismo é visto como um elemento de mobilização e ativação de recursos territoriais, criando um vínculo mais forte entre o consumidor, o produto e a região – que pode ressoar no consumo à distância quando este consumidor se deparar com o produto nos restaurantes e lojas especializadas.

Campanha

A implantação de vinhedos comerciais na Campanha Gaúcha iniciou a partir de uma conjunção de fatores ambientais, técnicos e econômicos. Segundo apontam alguns especialistas, a região é dotada de excelente potencial para produção de uvas viníferas e vinhos de qualidade. As características geralmente aviltadas neste sentido envolvem a localização no reputado Paralelo 31, onde as condições edafoclimáticas (sobretudo temperatura e luminosidade) mostram-se favoráveis ao desenvolvimento da videira (Flores, 2011; Tonietto et al., 2012). Ademais, também convergiram à consolidação da região pampeana na produção de vinhos a crise de atividades tradicionais da região como pecuária e rizicultura, a elevação do preço das terras e a dificuldade de mecanização da viticultura na Serra Gaúcha, e o fomento de instituições de pesquisa, desenvolvimento e extensão (Silva, 2013).

Os mais expressivos investimentos para a construção dos Vinhos da Campanha contabilizam cerca de dez anos. Eles foram motivados por dois grandes movimentos. De um lado, o fluxo de vinícolas que migraram da Serra, dentre as quais Miolo Wine Group, que investiu na implantação da Vinícola Seival Estate em Candiota, na aquisição da Almadén em Santana do Livramento e na parceria com Galvão Bueno em Candiota; Salton, que já possuía contratos de parceria com viticultores em Bagé,

Dom Pedrito e Santana do Livramento, mas que recentemente também adquiriu uma área para parreirais próprios em Santana do Livramento; Casa Valduga, que investiu em parcerias com viticultores e na implantação de vinhedos próprios em Quaraí e, mais recentemente, na “aquisição” da estrutura da antiga Cooperativa Vinoeste, em Uruguaiana.

Do outro lado, estão os projetos que partiram da iniciativa de antigos funcionários e parceiros das empresas vinícolas da região (Almadén e Santa Colina); além de produtores independentes (que comercializam suas uvas para vinificação na Almadén ou em outras vinícolas da Serra Gaúcha), e produtores rurais que, motivados pela possibilidade de diversificação dos investimentos (e mesmo em busca de distinção social), ingressaram na produção vitivinícola. Com efeito, foi sobretudo a partir deste segundo conjunto de iniciativas, fora do eixo das grandes vinícolas, que o Sebrae passou a incidir suas ações, propondo a conformação de uma associação. A proposta foi acolhida por quatorze vinícolas, resultando na criação, em 2010, da Associação dos Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha.

Estes produtores assumiram uma postura proativa e, com o apoio institucional de Embrapa, Ibravin e Sebrae para o enfrentamento de questões técnicas e de mercado, passaram a investir na elaboração da IP Campanha (IPC), tornando-se esta o principal mecanismo aglutinador dos esforços coletivos. Na mesma direção despontou o interesse em buscar uma ação conjunta e estratégica de acesso aos mercados.

As vinícolas locais têm lançado mão de diversos meios e estratégias de firmar vínculos identitários entre o produto e o território, seja pelo emprego de referentes culturais, técnicos e territoriais nos nomes das vinícolas e/ou nas marcas dos produtos; pelo uso de símbolos locais nos rótulos e nos emblemas das empresas; pela utilização do traje e/ou de artefatos típicos do gaúcho na recepção de turistas e/ou na presença de públicos específicos (como por exemplo, jornalistas e formadores de opinião); pelas narrativas empregadas na apresentação das vinícolas e dos produtos ao público, bem como pelo conteúdo veiculado em diversas mídias de comunicação.

Atualmente, a região concentra cerca de vinte vinícolas que se distinguem em virtude de suas propostas, lógicas de inserção nos mercados e escala de produção. De modo geral, convivem duas realidades. De um lado, os projetos de pequeno e médio porte – em grande medida, empreendimentos familiares – que conduzem a elaboração (em vinícolas próprias ou terceirizadas) de lotes limitados de vinhos finos e espumantes de alto valor agregado, voltados à comercialização em casas especializadas, restaurantes e, em alguns casos, para exportação de pequenas quantidades. De outro, projetos de grandes grupos nacionais e transnacionais que assumem a Campanha como oportunidade de expansão empresarial, com o propósito de implantar extensas áreas de produção (próprias e/ou em integração com viticultores). Neste caso, muitas vinícolas apostam nas condições de produção em larga escala de vinhos e espumantes de baixo custo, objetivando reconquistar espaço nas grandes superfícies do varejo nacional.

Mas esta separação torna-se excessivamente caricatural se observarmos que se trata de um grupo muito amplo e dinâmico, que mescla estratégias distintas. Dentre as grandes empresas, as vinícolas Salton, Casa Valduga, Nova Aliança e as vinculadas a Miolo Group Wine (Almadén, Seival Estate, Bela Vista State) assumem um port-

fólio de produtos que atendem a distintas linhas e, portanto, são encontrados tanto nas grandes superfícies, quanto nos mercados de singularidades. Mas esta não é uma estratégia empregada somente pelas empresas de grande porte. De propriedade familiar, a vinícola Peruzzo, situada no município de Bagé, tem se organizado na mesma lógica. Neste caso, contudo, o diferencial que permite a uma pequena vinícola atuar com linhas de baixo preço, ainda que sem escala, é que a mesma não depende apenas dos atores líderes do varejo, uma vez que a família mantém uma rede própria de supermercados.

A aposta no enoturismo também tem assumido posição importante na Campanha. A Estância do Vinho Guatambu edificou um grandioso complexo enoturístico que impactou a paisagem das planícies pampeanas. Situado nas proximidades da BR 293 a magnitude do empreendimento chama a atenção, e atrai consumidores interessados em almoços e jantares harmonizados com vinhos e espumantes. Realizados mensalmente, os eventos associam a possibilidade de visitação à zona de produção das uvas e de elaboração dos vinhos, assim como o contato com a paisagem pampeana em cavalgadas. Apostando em vinhos superiores para mercados diferenciados, a Guatambu firmou-se a partir de rótulos premium, como é o caso da marca Rastros do Pampa, conquistando diversos prêmios nacionais e internacionais. Mais recentemente, seu vinho “ícone”, denominado Épico, também busca reposicionar a vinícola nos “mercados de excelência” (Garcia-Parpet, 2009).

Estratégia similar foi assumida por outras vinícolas. A vinícola Cordilheira de Santana tem como principais canais a venda direta (via loja virtual e enoturismo) e a comercialização para redes de lojas e restaurantes especializados, sobretudo para o sudeste brasileiro, mas também para outros países. Igualmente, a vinícola Campos de Cima, situada em Itaquí, se autodenomina uma vinícola boutique, que visa produzir vinhos especiais para atender consumidores exigentes. Já a vinícola Routhier & Darrycarrère, em que pese a menor dedicação ao enoturismo – apenas recebe os transeuntes, mas não dedica estrutura para visitas guiadas ou outras estratégias correlatas – projetou o negócio voltado à elaboração de vinhos diferenciados e tem dedicado funcionários próprios para a comercialização em casas especializadas e restaurantes da região sul. Ao mesmo tempo, também investe para atingir mercados *gourmets* na região sudeste, especialmente em São Paulo.

Enquanto estratégia coletiva da Associação destaca-se a instalação da Cave de Vinhos da Campanha, considerada um dos principais instrumentos de inserção junto aos mercados, ainda que também se converta em um ponto de inflexão junto à Fronteira da Paz. Na Cave reúnem-se os portfólios de todos associados, que são expostos igualmente, dando a conhecer os diversos rótulos pampeanos. Este é um investimento que permite importantes sinergias, viabilizando a comercialização, notadamente, para parcela das vinícolas que não contam com estrutura logística para posicionar seus produtos e que não têm investido no enoturismo, como é o caso das Vinícolas Dom Pedrito (Dom Pedrito), Batalha (Candiota) e Rio Velho (Santana do Livramento), para citar apenas algumas.

Em suma, assim como em outros contextos analisados, a IP Campanha pode encerrar um conjunto diverso de estratégias de comercialização que, invariavelmen-

te, se hibridizam. A confluência parece centrar-se no fato de que as empresas, via Associação, têm construído um discurso que evoca atributos tecnológicos e justapõe o vinho a elementos sócio-históricos e culturais do pampa. A idiossincrasia do gaúcho é mobilizada para forjar os rótulos e as marcas, mas também para fundamentar a construção da IP. No entanto, enquanto a IP ainda é um projeto em desenvolvimento, a principal ferramenta para desbravar os mercados tem sido as premiações em concursos e a aproximação de intermediários culturais que dão visibilidade e constroem a imagem do vinho dos pampas.

Vales da Uva Goethe

Dentre os casos aqui analisados, a IP concedida para os Vales da Uva Goethe guarda um caráter muito particular. Como destacamos anteriormente, diferentemente dos demais territórios analisados, neste caso o projeto focalizou a valorização de um “vinho de mesa”. Cultivada na região desde o início do século XX, a variedade híbrida Goethe adaptou-se facilmente às condições de solo e clima adversos às uvas europeias, o que permitiu aos viticultores explorar seu potencial enológico (Velloso, 2008). Ao longo do tempo, a tipicidade da cultivar passou a ser objeto de reconhecimento nacional, surgindo, nos anos 1950, as primeiras premiações conferidas ao “vinho branco de Urussanga” (Rebollar et al., 2007).

A partir dos anos 1970, a implantação de empresas multinacionais no país provocou profundas modificações na paisagem vitivinícola, com a valorização das cultivares europeias e novos modos de condução da vinha. Na região de Urussanga, os produtores gradativamente arrancaram as cultivares híbridas para implantar viníferas, até o momento em que surgiu a iniciativa de reconquistar os consumidores e revalorizar um produto típico associado à cultura e identidade dos colonos italianos. Motivados pelo objetivo de “reencontrar o prestígio” e o renome do vinho Goethe, e de valorizar um produto “nobre e singular” capaz de promover o desenvolvimento regional, os produtores criaram, em 2005, a Progoethe. Atualmente, a Associação conta com nove vinícolas de pequeno porte.

Assessorada por técnicos do Sebrae e da Epagri e por pesquisadores da UFSC, a Progoethe trabalhou na melhoria dos atributos qualitativos do vinho e na revalorização de um produto fortemente enraizado no território. Apropriando-se de referências identitárias (cultura italiana) e patrimoniais (arquitetura, paisagem, gastronomia colonial e italiana), formalizou-se um processo de construção social da qualidade, que se ampara no enraizamento territorial do produto e no desenvolvimento do enoturismo. A intenção era “construir um novo produto, com características que lembrem o produto local, mas também que atendam às novas exigências dos consumidores de hoje” (Cerdan, 2009, p. 291).

O resultado foi a produção de um vinho de tipicidade inquestionável. Inicialmente criticados por inúmeros enólogos e especialistas em virtude da insistente busca de uma distinção qualitativa para um vinho de mesa, atualmente os atores locais fazem questão de destacar a singularidade do produto. Ao criar a primeira IG para vinho de mesa do Brasil, o projeto dos Vales da Uva Goethe tornou-se o centro das aten-

ções setoriais porque traz à tona uma realidade incômoda, ratificando a importância da vitivinicultura tradicional assentada em uvas híbridas e vinhos de mesa. Ademais, ao fazer isso, também colocou em questão a imagem mundialmente construída dos vinhos finos como os únicos portadores de uma qualidade inerente (Garcia-Parpet, 2009), imagem esta amplamente incorporada aos demais projetos de IG.

Ao mesmo tempo, isto também demonstra que nem mesmo o segmento de vinhos de mesa está alheio ao processo de reestruturação setorial com foco na qualidade que iniciou nos anos 1990. Como mostraram Desplobins e Silva (2005), frente à concorrência de vinhos finos importados com preços cada vez mais competitivos, os produtores de vinhos de consumo corrente também buscaram novas formas de valorizar a imagem do produto. Os investimentos em formas alternativas de qualificação destacam o enraizamento sociocultural do produto, símbolo da formação de uma vitivinicultura diretamente associada à agricultura colonial. Assim, para além da IG, a denominação “vinho colonial” ou “vinho artesanal” desponta como um diferencial do produto local.

Atualmente, existem cinco vinícolas que seguem a normativa da IPVUG: Mazon, Debiasi, Urussanga, Quarezemin e Felipe. Segundo Vieira e Pellin (2015), apenas dois anos após seu reconhecimento já é possível observar alguns efeitos das inovações técnicas e organizacionais ensejadas pela IG sobre o território. Em primeiro lugar, os autores destacam um crescimento médio de 20% nas vendas do vinho Goethe. Em segundo lugar está o incremento da notoriedade do produto, haja vista o crescente deslocamento de turistas para a região especificamente à procura deste produto. Finalmente, os autores aludem para a maior facilidade das vinícolas para acesso a determinados mercados, incluindo as gôndolas das redes de varejistas regionais e mesmo nacionais.

Não obstante, o ingresso a mercados de singularidades para os chamados produtos de alta gama ainda não é uma realidade. Marcados pelo estigma construído em torno dos vinhos de mesa, o produto encontra barreiras para alcançar lojas e restaurantes especializados. Um fato que talvez altere os rumos desta discussão são as mudanças em curso no cenário internacional. Historicamente, a legislação europeia considera as cultivares americanas e híbridas “impróprias” à vinificação. Por conseguinte, não havia nenhuma IG registrada para este tipo de produto. Em 2008, contudo, o regulamento europeu abriu a possibilidade de demanda de Indicação Geográfica Protegida (IGP) para vinhos produzidos a partir de variedades híbridas (Regulamento EU 479/2008, Art. 34). Outros países também já conseguiram reabilitar cultivares híbridas, como o Canadá, que promoveu o “vinho do gelo” produzido a partir da uva branca Vidal. Um novo tipo de consumidor de vinhos, pouco afeito às regras dos enólogos e especialistas, tem impulsionado uma gastronomia que abre espaço para estes vinhos singulares.

Seja como for, até o momento, o que impressiona a principal estratégia de uso da IG no território está associada à construção de circuitos locais, sobretudo por meio do investimento no enoturismo, voltado ao vinho, à cultura e à tradição herdada da imigração italiana. Assim, juntamente com um plano de revitalização do patrimônio histórico local, atualmente discute-se no território a elaboração de um plano de

desenvolvimento do turismo no espaço rural. A IP emerge com um forte efeito de agregação dessas estratégias.

Considerações finais

A crise do segmento vitivinícola brasileiro desencadeou, a partir dos anos 1990, um profundo processo de reestruturação organizacional, institucional e tecnológica. No centro deste processo encontra-se a construção de mecanismos de diferenciação qualitativa que respondem a uma estratégia de acesso e construção de novos mercados. Sob coordenação da Embrapa, em parceria com as Associações de produtores, é neste sentido que os projetos de Indicação Geográfica estão sendo arquitetados, a partir de um esforço coletivo de valorização e regionalização da produção brasileira de vinhos.

De modo agregado, os resultados alcançados nos contextos aqui analisados revelam que, apesar da preocupação que alguns atores revelam em alavancar a exportação para mercados internacionais (para o que se torna importante a reputação que o mecanismo das IGs possui em alguns países, sobretudo no contexto europeu), até o momento o principal impacto tem se dado a partir de outras duas estratégias. A primeira é o acesso a mercados de singularidades, a partir da produção de vinhos de alta gama que são destinados a segmentos do varejo especializado e restaurantes de alta gastronomia. A segunda é a construção de mercados diretos em âmbito regional, sobretudo por meio da promoção do enoturismo, ao qual também se associa um amplo conjunto de circuitos de produção e consumo. Ambas as estratégias têm sido fundamentais para a reconstrução da imagem do vinho brasileiro, o que poderá constituir um fator facilitador à expansão dos mercados, inclusive incitando a exportação (isto dependendo, ademais, de um conjunto de fatores macroeconômicos, dentre os quais a política cambial tem especial relevância).

Note-se que a inserção dos vinhos com IG nas cadeias curtas não ocorre em detrimento dos investimentos que várias vinícolas – sobretudo os maiores grupos empresariais e cooperativos – vêm fazendo para ocupar as prateleiras das grandes redes varejistas, onde os critérios de diferenciação e concorrência, pelo menos no Brasil, estão associados ao preço, ao tipo de cultivar e à marca comercial. O que ocorre é um esforço – nem sempre seguido por todos os atores – de reservar o uso das IGs a vinhos de alta gama (premium, ícone) destinados a consumidores que são efetivamente capazes de reconhecer e valorizar/valorar as identidades regionalizadas dos vinhos brasileiros.

Este dado é particularmente relevante na medida em que, no mundo dos vinhos, assim como em outros segmentos alimentares, as principais redes varejistas transnacionais se tornaram o principal elo da cadeia de valor, redefinindo as tendências de consumo e produção (Coe e Wrigley, 2007). Na França, os dados apresentados por Garcia-Parpet (2004) já revelavam que 70% dos vinhos de *Appellation d'Origine Controlée* são distribuídos por supermercados. No Brasil, estudo do Ibravin (2001), envolvendo consumidores das principais capitais brasileiras, demonstra que 65% deles compram vinhos nos supermercados. Neste caso, porém, ainda não está clara a

forma como o setor incorporará os produtos com IG. Até o momento predominam outras formas de diferenciação, o que também contribui para associar o uso deste tipo de dispositivo com outros circuitos de comercialização. Nada permite, contudo, sugerir uma tendência para os próximos anos.

Referências

- BAGNASCO, A.; TRIGLIA, C. *La construction sociale du marché: le defi de la Troisieme Italie*. Paris: Julillet, 1993.
- BUSCH, L. *Standards: recipes for reality*. Massachussets: MIT Press, 2013.
- CALLON, M. *Ces réseaux que la raison ignore*. Paris: L'Harmattan, 1993.
- CALOËTE, E. Q. M. *Construção de uma estratégia de desenvolvimento para o APL do Vale dos Vinhedos*. Brasília: CEPAL, 2007.
- CERDAN, C. Valorização dos produtos de origem e do patrimônio dos territórios rurais no sul do Brasil: contribuição para o desenvolvimento territorial sustentável. *Política & sociedade*, n. 14, p. 277-299, 2009.
- CHIFFOLEAU, Y. Les Circuits courts de commercialisation en agriculture: diversité et enjeux pour le développement durable. In: MARÉCHAL, G. (Org.). *Les circuits courts alimentaires: bien manger dans les territoires*. Paris: Educagri, 2008. p. 21-30.
- COE, N. M.; HESS, M. Global production network: debates and challenges. In: *Workshop of GPERG*, University of Manchester, 2007.
- COE, N. M.; WRIGLEY, N. Host economy impacts of transnational retail: the research agenda. *Journal of Economic Geography*, v. 7, p. 341-371, 2007.
- DESPLOBINS, G.; SILVA, A. L. Construção de qualidade e de reconhecimento na vitivinicultura tradicional do Vale do Rio do Peixe, em Santa Catarina. *Cadernos de Ciência & Tecnologia*, v. 22, n. 2, p. 399-411, 2005.
- FLORES, C. A.; MANDELLI, F.; FALCADE, I.; TONIETTO, J.; SALTON, M. A.; ZANUS, M. C. *Vinhos de Pinto Bandeira: características de identidade regional para uma indicação geográfica*. Circular Técnica, n. 55. Bento Gonçalves: Embrapa, 2005.
- FLORES, M. X. *Da solidariedade social ao individualismo: um estudo sobre o desenvolvimento do Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha*. Tese (Doutorado em Sociologia Política). UFSC, Florianópolis, 2007.
- FLORES, S. S. *Desenvolvimento territorial sustentável a partir dos territórios do vinho: o caso dos "vinhos da campanha"*. Dissertação (Mestrado em Geografia). UFRGS, Porto Alegre, 2011.
- GARCIA-PARPET, M. F. Dinâmica de mercado e trajetória de produtores em face do sistema de classificação de vinhos. *RAE – Revista de Administração de Empresas*, v. 47, n. 2, p. 26-36, 2004.
- GARCIA-PARPET, M. F. *Le marché de l'excellence: les grands crus à l'épreuve de la mondialisation*. Paris: Seuil, 2009.
- HEBINCK, P.; PLOEG, J. D.; SCHNEIDER, S. (Org.). *Rural development and the construction of new markets*. New York: Routledge, 2015.
- IBRAVIN. Estudo do mercado brasileiro de vinhos tranquilos e vinhos espumantes. Bento Gonçalves: IBRAVIN, 2001.

NIEDERLE, P. A. *Compromissos para a qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França*. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). UFRRJ, Rio de Janeiro, 2011.

NIEDERLE, P. A. Controvérsias sobre a noção de indicações geográficas enquanto instrumento de desenvolvimento territorial: a experiência do Vale dos Vinhedos em questão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 47. *Anais...* Porto Alegre: SOBER, 2009.

NIEDERLE, P. A.; GELAIN, J. Geographical indications in Brazilian food markets: quality conventions, institutionalization and path dependence. *Journal of Rural Social Sciences*, v. 28, p. 26-53, 2013.

NIEDERLE, P. A.; VITROLLES, D. Indicações Geográficas e qualificação no setor vitivinícola brasileiro. *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 18, p. 5-55, 2010.

PECQUEUR, B. Qualité et développement: l'hypothèse du panier de biens. In: SYMPOSIUM SUR LE DEVELOPPEMENT REGIONAL, 1. *Anais...* Montpellier: INRA, 2000.

PONTE, S.; GIBBON, P. Quality standards, conventions and the governance of global value chains. *Economy and Society*, v. 34, n. 1, p. 1-31, 2005.

PROTAS, J. F. S. Programa de desenvolvimento estratégico da vitivinicultura do Rio Grande do Sul - Visão 2005. In: CONGRESSO LATINO AMERICANO DE VITICULTURA E ENOLOGIA, 10. *Anais...* Bento Gonçalves, Embrapa: 2005.

REBOLLAR, P. M. *et al.* *Vales da Uva Goethe*. Urussanga: Progoethe, 2007.

ROBERTSON, R. Globalisation or Glocalisation? *Journal of International Communication*, v. 18, n. 2, p. 33-52. 1994.

SACCO DOS ANJOS, F.; CALDAS, N. V.; POLLNOW, G. E. Vinho, território e desenvolvimento: o caso da indicação de procedência dos vinhos de Pinto Bandeira. In: SACCO DOS ANJOS, F.; CALDAS, N. V. (Org.). *Construção social da qualidade na produção agroalimentar*. 1. ed. São Paulo: LiberArs, 2014. p. 19-43.

SCHIRMER, R. Les vins du Nouveau Monde sont-ils a-géographiques? *Bulletin de l'Association des Géographes Français*, v. 1, p. 65-80, 2007.

SILVA, F. N. *Identidade, Território e Desenvolvimento: o caso da vitivinicultura na Campanha Gaúcha*. Tese (Doutorado em Agronomia). UFPEL, Pelotas, 2013.

SILVA, T. N. *et al.* Redes de cooperação, desenvolvimento tecnológico e indicadores de competitividade da cadeia do vinho. In: INTERNATIONAL PENSA CONFERENCE, 5. *Anais...* São Paulo: PENSA/USP, 2005.

SLUSZZ, T.; PADILHA, A.C.M. Estratégias de internacionalização dos espumantes: um estudo de cinco vinícolas do Rio Grande do Sul. *Revista brasileira de gestão e desenvolvimento regional*, v.4, n.4, p.3-24, 2008.

STORPER, M. *The Regional World: territorial development in a global economy*. New York: Guilford Press, 1997.

TONIETTO, J. Experiências de desenvolvimento de indicações geográficas: vinhos da indicação de procedência Vale dos Vinhedos. In: LAGES, V.; LAGARES, L.; BRAGA, C. L. (Org.). *Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade*. Brasília: Sebrae. 2006. p. 155-176.

TONIETTO, J.; SOTÉS RUIZ, V.; GÓMEZ-MIGUEL, V. D. (Ed.). *Clima, zonificación y tipicidad del vino en regiones vitivinícolas iberoamericanas*. Madrid: CYTED. 2012.

UVIBRA. *Estatísticas do mercado vinícola*. Bento Gonçalves: UVIBRA, 2015

VALCESCHINI, E.; NICOLAS, F. La dynamique économique de la qualité agro-alimentaire. In: NICOLAS, F.; VALCESCHINI, E. *Agroalimentaire: une économie de la qualité*. Paris: INRA-Economica, 1995. p. 15-37.

VALDUGA, V. *O processo de desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos*. Dissertação (Mestrado em Turismo). UCS, Caxias do Sul, 2007.

VANDECANDELAERE, E. *et al. Linking people, places and products*. Rome: FAO/SINER-GI, 2009.

VELLOSO, C. *Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável: a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território (um estudo de caso em Urussanga, SC)*. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas). UFSC, Florianópolis, 2008.

VIEIRA, A. C. P.; PELLIN, V. As indicações geográficas como estratégia para fortalecer o território: o caso da indicação de procedência dos vales da uva Goethe. *Desenvolvimento em Questão*, v. 13, p. 155-174, 2015.

Cadeias curtas de alimentos orgânicos: aspectos das relações de proximidade entre consumidores e agricultores no Brasil¹

Valéria da Veiga Dias
Jean Philippe Révillion
Edson Talamini

Introdução

A comida, a política, as ideologias e crenças estão enraizadas nas práticas sociais, e estas vão se transformando à medida que a sociedade também se transforma. Por isso, uma análise contemporânea do consumo reivindica considerar o perfil de uma sociedade na qual emergem novas exigências. Hoje consumidores começam a exercer sua cidadania e algum nível de reflexividade estabelecendo critérios e exigências em relação ao consumo de alimentos, onde a qualidade passa a ser definida com base no

¹ Agradecimento ao pesquisador Marcelo Schuster, pelo auxílio na tabulação e análise de dados da pesquisa quantitativa mencionada neste estudo

conhecimento e na proximidade social e espacial e não mais somente em critérios normativos ou legais (Scarabelot e Schneider, 2012).

Esta mudança em termos de atitudes, comportamentos e crenças associadas ao perfil do consumidor ocorre como resposta a características das sociedades modernas onde se verificou um aumento da distância geográfica, cognitiva e relacional² entre produtores e consumidores de alimentos. Esta distância ocorreu principalmente em função de que menos pessoas se envolvem diretamente na produção de alimentos como consequência da dinâmica da rotina urbana, das necessidades de praticidade na compra e preparo dos alimentos e da ampliação e complexidade das cadeias de produção – que favoreceram a emergência das grandes redes varejistas. Nesse contexto, somente uma pequena parcela da população manteve conhecimentos relacionados ao cultivo do próprio alimento (Milestad, Bartel-Kratochvil, Leitner e Axmann, 2010; Meyer, Coveney, Henderson e Taylor, 2012).

Diante deste cenário emerge, em alguns consumidores, uma necessidade de se reconectar com a fonte produtora dos alimentos, visando mitigar problemas como a desconfiança nas grandes empresas do setor de produção e distribuição de alimentos; o desconhecimento da origem dos produtos; o risco de insegurança alimentar; os problemas de saúde relacionados ao consumo de alimentos processados; e o impacto ambiental dos sistemas produtivos convencionais.

Aderente a essa demanda, a emergência dos sistemas orgânicos de produção³ representa uma alternativa aos alimentos convencionais, já que esse sistema congrega benefícios relacionados (i) à saúde dos consumidores, pelo menor risco de contaminação por agrotóxicos (Chryssohoidis e Krystallis, 2005; Magnusson et al., 2003; Torjusen et al., 2001; Wier et al., 2008; Squires et al., 2001; Olivas, Díaz e Bernabéu, 2013; Fotopoulos et al., 2003; Wilkins e Hillers, 1994); (ii) ao meio ambiente, pela ênfase na economia de insumos e na busca de preservação do solo, das águas e da biodiversidade (Torjusen et al., 2001); e (iii) à agricultura de pequeno porte de caráter familiar, haja vista seus princípios de diversidade produtiva e aproximação entre produtores e consumidores (Guthman, 1998, 2007; Giannakas, 2002). Outros benefícios intrínsecos desses alimentos, como suas características sensoriais superiores (Wier et al., 2008; Chryssohoidis e Krystallis, 2005) e seu valor nutricional (Hill e Lynchehaun, 2002) também são invocados para explicar a emergência do mercado de alimentos oriundos desse sistema produtivo.

² A cognição envolve fatores diversos como o pensamento, a linguagem, a percepção, a memória, o raciocínio, etc., que fazem parte do desenvolvimento intelectual. A psicologia cognitiva está ligada ao estudo dos processos mentais que influenciam o comportamento de cada indivíduo e o desenvolvimento intelectual.

³ “Os alimentos orgânicos”, ou, mais apropriadamente, “alimentos organicamente produzidos” resultam de um sistema de produção de alimentos, processamento e embalagem que exclui amplamente insumos sintéticos, produtos químicos e materiais em todas as suas etapas, de agricultor para consumidor. Em vez de depender fortemente de fontes externas de produtos químicos e fertilizantes, os agricultores orgânicos tendem a usar insumos gerados a partir da própria unidade produtiva para atingir rendimentos adequados, mantendo o solo saudável e, priorizar o controle biológico de pragas e doenças (Wilkins e Hillers, 1994).

Nesse sentido, uma extensa literatura começou a ser desenvolvida sobre sistemas alternativos de alimentos (*Alternative Food Network Systems* – AFNS) ou redes de fornecimento local. Esses sistemas alternativos são descritos com características diferentes dos sistemas convencionais (Tregear, 2011) e estão intimamente ligados à comercialização de produtos orgânicos e agroecológicos (Darolt, Lamine e Brandenburg, 2013). Estudos realizados neste campo de investigação incluíram como exemplos de AFNS o fornecimento local de alimentos em cadeias curtas/circuitos curtos⁴ (Marsden et al., 2000; Morris e Buller, 2003; Renting et al., 2003; Ilbery e Maye 2005), consumo diretos dos agricultores (Holloway e Kneafsey, 2000), o apoio da comunidade à agricultura (Allen et al., 2003), e a produção em hortas comunitárias e sistemas orgânicos (Macias, 2008).

Renting, Marsden e Banks (2003) se referem a cadeias curtas de abastecimento como aquelas que, por sua natureza, empregam diferentes construções sociais e equações com a ecologia, localidade, região, convenção de qualidade e culturas de consumo. Conforme esses autores, três tipos principais de cadeias curtas (*short food supply chains* – SFSC), foram identificadas: as de face a face; de proximidade espacial; e espacialmente estendidas. Elas também podem ser classificadas ou caracterizadas por critérios de qualidade, em regionais/artesanais e ecológico-naturais.

De acordo com Renting, Marsden e Banks (2003), a primeira categoria de cadeia curta se baseia essencialmente na interação *face to face* (face a face) como um mecanismo para alinhar redes de consumidores e produtores. Os consumidores compram produtos diretamente do produtor ou do processador, de forma que autenticidade e confiança são medidas através de interações pessoais. Consistem basicamente na venda direta, através de feiras ou em centros urbanos, onde os agricultores colocam seus alimentos para serem vendidos em pequenas tendas ou algum outro tipo de estrutura (mercados de produtores), “colha e pague”, além de conceitos como as *box schemes*, ou esquemas de caixa, que consiste na compra e entrega à domicílio, e o comércio *online*, que oferecem possibilidades para ampliar o alcance dessa forma de cadeia curta.⁵ Muitos desses canais de venda têm considerado os alimentos orgânicos como uma prioridade, assim como alguns canais convencionais que fazem parte da cadeia curta, como os supermercados, que mudam suas estratégias de marketing e de merchandising, tornando o mercado bastante competitivo (Lee e Goudeau, 2014).

⁴ No Brasil ainda não há uma definição oficial para circuitos curtos (CC), mas o conceito aponta para uma proximidade entre produtores e consumidores. Na França, o termo CC é utilizado para caracterizar os circuitos de distribuição que mobilizam até, no máximo, um intermediário entre produtor e consumidor (Chaffote e Chiffolleau, 2007 apud Darolt, Lamine e Brandenburg, 2013).

⁵ Em função do foco deste capítulo estar nas relações de proximidade social e espacial, foi dada ênfase apenas para o primeiro tipo de cadeia curta classificada pelos autores. A segunda categoria supõe a criação de arranjos institucionais mais complexos. O mais comum é a cooperação entre os produtores, que, por exemplo, amplia a sua gama de produtos através da troca de produtos entre fazendas ou combinando produtos individuais sob uma marca de qualidade regional (Renting, Marsden e Banks, 2003). A terceira categoria amplia ainda mais o alcance de cadeias curtas às relações prolongadas no tempo e espaço. Os produtos são vendidos a consumidores fora da região de produção, que pode não ter nenhuma experiência pessoal daquela localidade.

Sage (2003, p.3) afirma que as cadeias curtas se caracterizam por “uma estratégia diferente de relacionamento que reúne uma série de vínculos entre produtores e consumidores quando comparado às cadeias agroalimentares convencionais”. Essas alternativas de mercados são sustentadas mediante um equilíbrio de motivações entre os produtores e consumidores, onde as características intrínsecas dos produtos e as interações sociais estão enraizadas na comercialização (Kirwan, 2004).

Porém, de forma contraditória às suas origens, como um sistema de produção “alternativo”, a expansão do mercado de produtos orgânicos no mundo tem feito crescer a inclusão e a participação de grandes empresas inseridas em cadeias complexas de produção e distribuição (Goldman e Clancy, 1991; Blanc, 2009).

A emergência desse fenômeno de convencionalização pode representar um risco às relações de confiança estabelecidas entre os atores em cadeias curtas de abastecimento (Chrzan, 2010; Hamzaoui Essoussi e Zahaf, 2009; Lyons, 2006; Zepeda e Deal, 2009 *apud* Meyer, Coveney e Henderson, 2012).

Em função dessas discussões o estudo de Buainain e Batalha (2007) classificou os consumidores de produtos orgânicos em dois tipos. O primeiro, de consumidores mais antigos, motivados, bem informados e exigentes quanto à qualidade biológica do produto. Estes, conforme os autores, são os frequentadores de feiras verdes de produtos orgânicos. O segundo grupo, ainda pouco estudado em função de ser mais recente, é constituído por consumidores das grandes redes de supermercados (Barbosa et al., 2011). Guivant (2003) afirma que o perfil do consumidor de alimentos orgânicos ainda é difuso e que o segundo tipo de consumidores precisa de maior investigação.

De fato, torna-se premente uma análise mais detalhada e rigorosa de como as interações entre produtores e consumidores ocorrem e qual a importância desse relacionamento, nos diferentes segmentos de consumidores de alimentos orgânicos. Em particular, uma análise dessa natureza pode evidenciar se os mercados que permitem o exercício e o desenvolvimento de relações interpessoais entre consumidor e produtor representam, de fato, um espaço potencialmente estável e promissor para o desenvolvimento da agricultura orgânica baseada em unidades familiares ou de pequeno porte.

Esse contexto evidencia a pertinência deste estudo que objetivou verificar a importância dos vínculos de confiança, reciprocidade e lealdade entre agricultores e consumidores e se, de fato, as interações faceaface entre esses atores representam uma condição obrigatória para que esses vínculos ocorram.

Assim, uma série de questões torna-se pertinente para caracterizar essas relações e seus agentes: O consumidor de alimentos orgânicos em circuitos curtos apresenta um relacionamento mais leal? Qual a natureza desses vínculos na interação direta consumidor-produtor? Os consumidores de alimentos orgânicos de circuitos curtos que escolhem canais diferentes ao do tipo face a face (lojas especializadas, supermercados) também podem desenvolver sentimentos de lealdade e confiança?

Para tanto, este capítulo apresenta o resultado de duas pesquisas aplicadas em sequência. Na primeira, de Dias et al. (2015), os autores avaliaram, de forma exploratória, as relações entre confiança, lealdade e certificação de consumidores de alimentos orgânicos em circuitos curtos. Nessa pesquisa foram aplicadas entrevistas

em profundidade com consumidores e produtores de alimentos orgânicos na região metropolitana de Porto Alegre, Rio Grande do Sul no âmbito de atividades desenvolvidas no ano de 2014 pelo Núcleo de Estudos em Agroecologia (NEA)⁶ da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

A segunda pesquisa possui dados ainda não publicados e algumas pesquisas já publicadas que tem relação com o tema (Dias, Révillion e Talamini, 2015), e representam parte da pesquisa de tese da primeira autora deste capítulo. A partir dos dados obtidos na primeira pesquisa, exploratória e qualitativa, realizou-se uma *survey* com 673 consumidores de alimentos orgânicos de todo o Brasil. O questionário aplicado originou-se da literatura e das descobertas da primeira pesquisa e foi aplicado em feiras orgânicas da Região Metropolitana de Porto Alegre e online para todos os estados do Brasil (redes sociais, grupos de consumidores e produtores e redes de contato). Esta pesquisa investigou relações entre os construtos de valores, confiança, satisfação e lealdade para consumidores de alimentos orgânicos de cadeias curtas, bem como sua segmentação a partir de dados sociodemográficos (faixa etária, local de compra, entre outros). A metodologia incluiu análise descritiva, frequência, teste de variância (anova) e testes de correlação utilizando o software SPSS 20.

Na sequência, as seções seguintes apresentam a proposta teórica de investigação e os resultados das pesquisas mencionadas.

A construção de “relacionamentos de qualidade” entre produtor e consumidor em cadeias curtas de alimentos orgânicos

O consumidor de alimentos orgânicos demonstra um comportamento que pode ser visto como contraditório ao modelo atual de consumo, orientado pela praticidade e pela desconexão do consumidor à origem geográfica e social dos alimentos que consome. De fato, uma importante parcela desses consumidores se propõe a estabelecer vínculos, comprar diretamente do produtor ou em lojas especializadas que o “representem”, usar seu tempo escolhendo e preparando alimentos ou visitar propriedades rurais.

Os mercados de cadeias agroalimentares curtas são significativos, pois “possuem a capacidade de ressocializar ou [...] reespacializar o alimento, permitindo ao consumidor fazer julgamento de valor” (Marsden et al., 2000, p. 425). Isso significa que o produto chega ao consumidor com um grau significativo de informações e carregado de valor sobre seu processo de produção. A qualidade passa a ser fator chave nesse processo e cresce a necessidade de se (re) construir a relação de confiança entre produtores e consumidores (Marsden et al., 2000), fazendo crescer a valorização dos alimentos produzidos localmente e a produção orgânica, agroecológica e artesanal das cadeias curtas, o que permite uma reconexão entre produtores e consumidores.

⁶ Esse projeto é apoiado por recursos financeiros do MCTI/MAPA/MDA/MEC/MPA/CNPq.

Muito da diferenciação do consumidor de alimentos orgânicos oriundos de canais alternativos e mercados locais se dá em função das características motivacionais, que impulsionam estas escolhas nos segmentos de consumidores mais engajados nessa proposta de consumo. A percepção de valor dos alimentos orgânicos é sustentada pelas preocupações sociais e significados afetivos envolvendo crenças estáveis como os valores, confiança⁷ e atitudes⁸ dos consumidores desses produtos (Hughner et al., 2007; Thøgersen, 2010; Marques Vieira et al., 2013).

Porém, poucos estudos investigaram a lealdade para consumidores de orgânicos (Wettstein et al., 2009; Lee e Goudeau, 2014; De Menezes e Sandri, 2013.) e não foram encontrados estudos que propõem um modelo relacional explorando as inter-relações entre valores, satisfação, confiança e lealdade para os consumidores de alimentos orgânicos em cadeias curtas de abastecimento.

Uma proposta recente nesse sentido foi elaborada e vem sendo desenvolvida por Dias (2015) em um estudo de tese em andamento que envolve a investigação de segmentos entre os consumidores de alimentos orgânicos, bem como a verificação de como se dá a relação entre os valores, a confiança, satisfação e lealdade (considerando seu aspecto bidimensional), conforme a Figura 1.

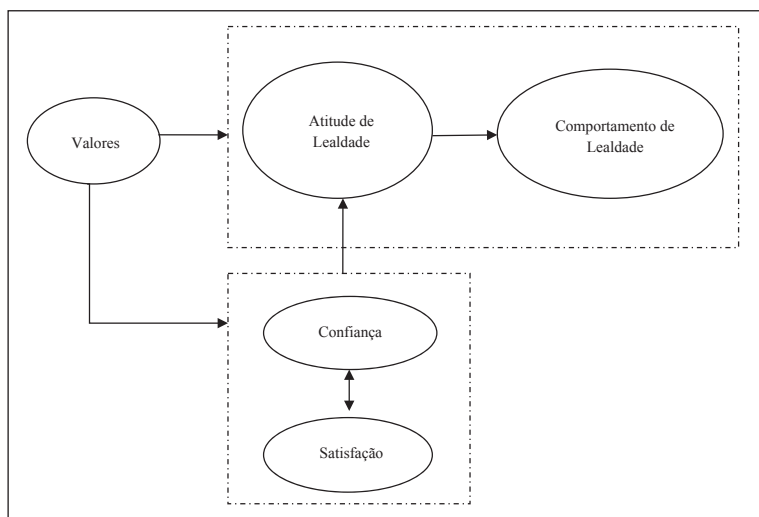


Figura 1. Modelo relacional de Confiança e Lealdade para consumidores de alimentos orgânicos de cadeias curtas

Fonte: Elaborado por Dias et al. (2015).

⁷ Confiança existe “quando uma parte acredita na integridade e dignidade do parceiro”, desta forma ela pode ser tratada como precursora do comprometimento entre esses parceiros (Morgan e Hunt, 1994, p.23).

⁸ As atitudes são organizações relativamente duradouras de crenças inter-relacionadas que descrevem, avaliam e defendem ações a respeito de objetos ou situações (Rokeach, 1968).

A conduta de um indivíduo expressa, além de atitudes mais ou menos favoráveis, suas crenças mais estáveis, ou seus valores pessoais em relação a produtos, pessoas ou situações, e esses valores orientam avaliações que geram sentimentos que podem conduzi-lo à lealdade ou não, o que reforça a afirmativa de que os valores são antecedentes da lealdade (Henrique, 2009). O termo “valor” tem sido definido como uma crença duradoura, um estado final específico que orienta uma determinada conduta para viver ou comportamento (Rokeach, 1973). Os valores constituem portanto a parte mais estável da cultura (Vinson, Scott e Lamont, 1977) e “são invisíveis até o momento em que se tornam evidentes através do comportamento” (Hofstede, 2001, p. 10).

Na literatura, encontram-se alguns estudos que investigaram as atitudes como antecedentes do comportamento (Jacoby e Chesnut, 1978; Kim et al., 2002; Marandi, Little e Sekhon, 2006). Atitudes desempenham um papel importante na modelagem do comportamento do consumidor, sendo úteis na compreensão dos motivos que o levam a comprar ou não um produto, nesse ou naquele lugar (Blackwell, Miniard e Engel, 2009). A conexão entre valores, atitude e comportamento de lealdade foi investigada por Marandi, Little e Sekhon (2006), que confirmaram o impacto dos valores pessoais nas atitudes e a influência dessas na lealdade.

O modelo apresentado é baseado no conceito seminal de Jacoby e Kyner (1973), que incluiu a atitude como condição para existência da lealdade. Desta forma, atualmente os autores consideram a lealdade um construto bidimensional, que é constituído por elementos além da ação e do comportamento de compra (Oliver, 1999). Para os autores a proposta de atitude como antecedente se baseia em uma função psicológica compreendida como a medida da satisfação e da confiança em um produto, marca, serviço ou loja (Wettstein et al., 2009). Esta relação entre satisfação e confiança seria determinante para que se obtivesse uma relação de qualidade entre quem produz e quem consome, já que acredita-se que a escolha dos produtos e fornecedores seja guiada por essas variáveis latentes, denominadas de construtos mentais de ordem superior.

Agustin e Singh (2002) propuseram um modelo teórico, apresentando a satisfação e a confiança como antecedentes da lealdade. Esse modelo sintetiza a linha seguida por outros trabalhos recentes sobre os antecedentes da lealdade, foi testado junto com consumidores regulares do varejo de vestuário e de companhias aéreas e mostrou que o efeito da satisfação na lealdade é totalmente mediado pela confiança (Espartel, Rossi e Müller, 2004).

O modelo proposto torna implícita a dependência da variável confiança na identificação do consumidor com o produto ou com o produtor/fornecedor; da confiança estabelecida nas informações fornecidas sobre a qualidade ou outros atributos do produto e ainda com a satisfação final do consumidor com o processo de compra. A confiança tem sido analisada majoritariamente como um antecedente e não um sinônimo de lealdade (Doney e Cannon, 1997; Singh e Sirdeshmukh, 2000; Sirdeshmukh et al., 2002; Brei e Rossi, 2005). Quando um fornecedor ou produtor age para construir a confiança do consumidor, o risco percebido tende a diminuir, o que permite que o consumidor faça predições mais confiantes sobre os comportamentos futuros desse fornecedor. Para manter essa confiança, estudos sobre reciprocidade

sugerem que os consumidores tendem a agir de maneira cooperativa, oferecendo evidências comportamentais de lealdade (Gassenheimer et al., 1998).

Ao tentar identificar os papéis de satisfação, lealdade e confiança e suas consequências em trocas relacionais, Garbarino e Johnson (1999) concluíram que diferentes fatores mediam as intenções futuras de clientes com relacionamentos fracos e fortes com organizações e instituições. A primeira conclusão importante é de que a satisfação geral determina as intenções futuras de consumidores com pouco relacionamento com a organização ou com o fornecedor, o que indica que consumidores com menores graus de lealdade e interação são mais afetados pela satisfação. Já os grandes responsáveis pelas intenções futuras são a confiança e comprometimento. Assim, programas de marketing baseados na gestão da satisfação seriam mais efetivos para consumidores com pouco relacionamento, ao passo que programas de marketing de relacionamento voltados para consumidores com maior relacionamento deveriam ter como foco a construção e manutenção da confiança, e não da satisfação (Brei e Rossi, 2005). Sirdeshmukh et al. (2002) ratificaram o trabalho de Garbarino e Johnson (1999), testando a relação entre confiança e lealdade em trocas relacionais e identificaram que essa relação é baseada em reciprocidade.

Esses aspectos são fundamentais para o entendimento da construção de um sentimento de lealdade pelos consumidores de alimentos orgânicos em cadeias curtas pois, segundo Espartel, Rossi e Müller (2004), a manutenção de clientes diminui uma série de custos na empresa: custos de propaganda para atrair novos clientes, custos de venda pessoal para prospectar novos consumidores, etc. A manutenção dos clientes, entretanto, traz mais incrementos no faturamento das empresas do que economia nos custos, o que favorece em muito a lucratividade. Este tipo de cliente (leal) tende a concentrar mais de suas necessidades de suprimento em um só fornecedor, ignorando possíveis concorrentes, tende a aceitar melhor outros produtos ofertados por este fornecedor, além de realizar espontaneamente o bocaaboca positivo que pode sensibilizar novos consumidores.

De acordo com pesquisa de De Menezes e Sandri (2013) com consumidores de alimentos orgânicos, os consumidores que compram em feiras tendem a confiar no ambiente e nos vendedores. Não costumam verificar o selo, ou então, solicitar aos vendedores o cadastro no Mapa. Afirmam que acreditam que aqueles produtos são orgânicos por que já conhecem e confiam nos produtores e conseguem identificar algumas características de um produto orgânico. É possível verificar que os entrevistados frequentadores de feiras possuem no ambiente um aspecto positivo. Existe o sentimento de pertencer àquele local, onde acontecem trocas de informações e socialização, além das transações comerciais. É possível entender que o valor percebido pelo ambiente da feira torna os frequentadores preocupados em manter aquele local, sendo leais a compra e atraindo pessoas queridas, para que estes também possam conhecer e conviver neste ambiente.

De acordo com Truninger (2013), apesar da compra em diferentes tipos de varejo alimentar (supermercados, feiras, compra direta), diversos consumidores têm uma atitude crítica em relação aos grandes supermercados, algo que também foi encontrado em outros estudos sobre esta temática (Seyfang, 2006).

Além disso, a compreensão de como estão articulados os aspectos de confiança e lealdade pode culminar na criação de mercados ou no melhor desenvolvimento de estratégias para consumidores com particularidades no segmento de consumo orgânico.

Isso porque há uma complexidade relacionada a construção ou ao fortalecimento da lealdade de consumidores de produtos de origem alimentar, em virtude da diversa oferta de informações e opções de produtos.

O comportamento do consumidor brasileiro de alimentos orgânicos em circuitos curtos

Tendo em vista as motivações de pesquisa e o embasamento teórico descrito nos itens anteriores, foram realizadas duas pesquisas empíricas com a intenção de obter mais conhecimento a respeito de aspectos específicos do comportamento do consumidor brasileiro de alimentos orgânicos em circuitos curtos – explorando em particular, o entendimento das relações descritas no modelo relacional de Confiança e Lealdade proposta na Figura 1.

Os resultados da pesquisa qualitativa e exploratória de Dias et al. (2015) foram apresentados e nasequência os resultados quantitativos de Dias, Révillion e Talamini (2015).

Os resultados da pesquisa exploratória Dias et al. (2015) revelaram que os principais motivos pelos quais os consumidores preferem comprar alimentos orgânicos em feiras foram, respectivamente, a proximidade da feira ao local de trabalho ou às suas casas e a confiança no produtor. Foram considerados de menor importância a diversidade de produtos no local, certificação e o preço de produtos.

Os motivos da escolha das feiras denotam um perfil híbrido do consumidor de alimentos provenientes de circuitos curtos. Segundo Slater (2002), essa hibridização ocorre porque o consumo pode ter um alcance prático visível, mas também uma profundidade ideológica, cultural e simbólica. O movimento dinâmico, que tem resultado na crescente hibridização dos mercados e atores econômicos, impede a delimitação de fronteiras rígidas e estanques (Niederle, 2009).

A hibridização das escolhas do consumidor é uma consequência dos mercados convencionais, que incorporam alimentos não locais em seus processos, extrapolando a questão cultural, de saúde dos consumidores e dos benefícios das redes alternativas. Da mesma forma que as AFNs (redes alternativas) incorporam valores contemporâneos como a interação virtual, a praticidade, etc. Desta forma, os consumidores podem fazer escolhas que incluam valores utilitários, de praticidade do dia a dia aliados aos benefícios da interação pessoal e da produção local.

Segundo os produtores entrevistados nessa pesquisa exploratória, as feiras e a venda direta nas propriedades criam pontos de encontro entre produtores e consumidores, que disseminam não só a proposta orgânica e agroecológica, mas valores e estilo de vida. Por fim, os produtores acreditam que repassar informações técnicas sobre a produção orgânica aos consumidores também confere credibilidade aos seus produtos e serviços e serve como gerador de confiança e lealdade.

Os produtores entrevistados afirmam que a criação dos vínculos entre produtor e consumidor e a criação dos grupos para troca de informação entre produtores e consumidores (grupos de consumo responsável, etc.) reforçam os processos de confiança e lealdade, além disso, acreditam no poder de uma rede de relacionamentos (*networking*). Segundo estes, a redução de intermediários reforça o contato com o consumidor e garante a qualidade, já que não existem “atravessadores” que podem fraudar produtos ou representar de forma inadequada os princípios do sistema orgânico de produção.

Entre as estratégias usadas por estes produtores está a crença no *Word of Mouth*, ou boca a boca, positivo dos consumidores baseado nas relações estabelecidas e na qualidade dos produtos. Conforme afirma um dos produtores: “Eu já estou há mais de 10 anos aqui na feira, então as pessoas já me conhecem... é tipo bocaaboca, não precisa de muita propaganda.” O turismo rural também foi mencionado como meio de fidelizar o consumidor, por meio da promoção de visitas guiadas às propriedades, almoços ou jantares promovidos pelos produtores, etc. De acordo com outro produtor: “Acho que 70% dos clientes são fiéis. Que compram da gente sempre. Não sei dizer quantos vieram aqui, mas os que vieram falam para os conhecidos sobre a visita”.

A mesma pesquisa confirma que, apesar da certificação ser um aspecto relevante para as primeiras compras e o estabelecimento da confiança do consumidor, a maior parte dos consumidores não reconhece nenhum certificado e confundem o significado do certificado orgânico com aspectos relacionados à sanidade dos alimentos.

Para esses consumidores que já frequentam feiras e lojas especializadas, a expressão da certificação pela presença de um selo é secundária, já que segundo eles confiam plenamente no produtor e na origem do produto. Esta evidência é confirmada na pesquisa de Dias, Révillion e Talamini (2015), apresentada a seguir, e convergente com os resultados citados por Meyer et al. (2012).

Por outro lado, a pesquisa de Dias et al. (2015) evidenciou que o produtor faz questão de manter-se certificado como uma garantia de credibilidade ao consumidor, como estratégia de fidelização e para evitar produtores oportunistas na feira. Em alguma medida, do ponto de vista do produtor, a certificação pode funcionar como uma barreira à entrada de concorrentes no mercado.

Os produtores manifestaram a intenção de reforçar os vínculos com os consumidores para que os mesmos se mantenham confiantes no sistema produtivo e leais ao consumo de alimentos orgânicos. A preocupação do produtor é válida, considerando que o relacionamento contínuo e o comportamento de lealdade podem ser responsáveis pela manutenção do negócio. O consumidor leal possui um comportamento de continuidade e se torna muito mais tolerante à existência de obstáculos para o consumo, da mesma forma que, dependendo do nível de relacionamento com o produto ou com o fornecedor, pode ignorar os concorrentes diretos do produto. Além disso, consumidores leais são responsáveis por bocaaboca positivo, o que influencia na conquista de potenciais consumidores do produto.

Os resultados encontrados na segunda pesquisa foram obtidos a partir dos testes de diferença de média, teste anova, análise de significância e correlação, com nível de confiança de 95%. Verificou-se, na pesquisa de Dias, Révillion e Talamini (2015), que os consumidores que preferem a compra nas feiras são aqueles que mais confiam

no sistema de produção orgânica, nas informações dos produtores e acreditam que os alimentos orgânicos são mais confiáveis que os convencionais. Esse segmento apresenta um perfil de fidelidade e confiança superior aos demais locais de venda estudados (grupos de consumidores, supermercados, lojas especializadas e internet).

Considerando o tema da confiança, verificou-se diferença estatisticamente significativa entre os grupos analisados ($\rho < 0,000$), para pessoas que compram em feiras, supermercados, grupos de consumo ou outros,⁹ sugerindo a existência de diferentes segmentos de consumidores, com comportamento distinto entre si, nesse grupo que sempre foi considerado homogêneo, ou seja, os consumidores. Comprovou-se, portanto que o local de compra reflete um perfil diferenciado de consumidores, no que se refere ao nível de confiança nos alimentos orgânicos,¹⁰ conforme Tabela 1, a seguir:

TABELA 1
Teste de diferença ou comparação de médias para confiança dos consumidores de alimentos orgânicos a partir da escolha do local de compra

	Respondentes	Média	Desvio padrão	F	Sig (ρ)
Feiras	395	3,69	0,50	7,693	0,000
Grupos de Consumo	72	3,59	0,51		
Supermercados	176	3,47	0,57		
Outros	30	3,55	0,51		
Total	673	3,62	0,53		

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados de pesquisa.

Pode-se observar na Tabela 1 que os consumidores que compram em feiras, seguido dos que compram nos grupos de consumo, são os que mais confiam nos alimentos orgânicos, enquanto aqueles que consomem orgânicos via supermercados são os que menos confiam, ou seja, aqueles que não apresentam uma grande proximidade (relacional) com o produtor possuem maior grau de incerteza, confirmando informações de pesquisa de Meyer et al. (2012). Estes autores reforçam a importância da participação e do envolvimento do consumidor nos processos produtivos e no preparo dos alimentos, já que constataram que consumidores metropolitanos com menos envolvimento e proximidade com o produtor possuem níveis mais baixos de informação e confiança.

⁹ Optou-se por agrupar consumidores que compram pela internet e por meio de lojas especializadas em função da quantidade de respondentes.

¹⁰ As questões analisadas para o construto confiança nos alimentos orgânicos incluem confiança na certificação, no produtor, no produto, na produção local, na aparência dos orgânicos.

Na análise dos dados faz-se necessário ressaltar que a confiança nos alimentos orgânicos provenientes dos supermercados não apresentou diferença entre os consumidores analisados, a média foi de 2,81 para todos os grupos, o que indica uma uniformidade de opinião de que os alimentos orgânicos vendidos em supermercados podem ser menos confiáveis,

Os dados da pesquisa de Dias, Révillion e Talamini (2015) para a lealdade também confirmaram a diferença significativa ($p < 0,000$) entre todos os locais de compra, confirmando a diferença entre os consumidores de cada local tanto para confiança como para a lealdade, conforme Tabela 2:

TABELA 2
Teste de diferença de médias para lealdade dos consumidores de alimentos orgânicos a partir da escolha do local de compra

	Respondentes	Média	Desvio padrão	F	Sig (ρ)
Feiras	395	4,02	0,71	22,901	0,000
Grupos de Consumo	72	3,83	0,73		
Supermercados	176	3,51	0,68		
Outros	30	4,00	0,54		
Total	395	4,02	0,71		

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados de pesquisa.

O consumidor com maior média, ou seja, maiores níveis de lealdade¹¹ para todas as questões exploradas foi o consumidor das feiras, seguido do consumidor dos outros locais de compra, grupos de consumo e por último dos supermercados. Este dado revela que apesar de optar por consumir produtos orgânicos nos supermercados, os consumidores que se tornam mais leais são aqueles que participam de alguma forma do processo de compra e venda, da produção (visitar e conhecer o produtor) ou pela interação com outros consumidores e produtores, os que compram nas feiras e grupos de consumo.

Constatou-se ainda uma relação positiva e moderada entre a confiança no sistema de produção orgânico e o comportamento de lealdade do consumidor, confirmando empiricamente a relevância dos laços estabelecidos para o comportamento de compra contínuo e leal para consumidores de alimentos orgânicos. A correlação de Pearson foi de 43% entre confiança nos alimentos orgânicos e lealdade, e essa correlação é significativa no nível 0,01 (para duas extremidades).

¹¹ A investigação da lealdade incluiu comportamento de lealdade baseado em questões sobre substituição de alimentos convencionais, consumo no futuro, esforço para encontrar alimentos orgânicos e boca a boca positivo.

Outra evidência é que existe diferença significativa para confiança e lealdade entre diferentes faixas etárias ($p < 0,001$). Das cinco faixas etárias analisadas, verificou-se que as duas faixas etárias que mais confiam nos alimentos orgânicos são os tem mais de 56 anos (média de 3,84) e a faixa de 46 a 55 anos (média de 3,7). O que vai ao encontro de dados de pesquisas do consumidor realizadas pelo Instituto Data Folha Popular e Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo -IPCA (2012), as quais afirmam que as pessoas deste segmento da população possuem maior expectativa de vida e estão buscando lazer e hábitos de vida mais saudáveis, que inclui fazer exercícios e consumir alimentos mais saudáveis.

Para a lealdade, o grupo dos consumidores acima de 56 anos também se confirma como o mais leal (média de 4,19). No entanto, o segundo grupo mais leal está na faixa etária oposta, ou seja, a faixa etária mais jovem, que inclui consumidores até 25 anos (média de 3,93). Estes dados podem sinalizar que existe um segmento de mercado a ser desenvolvido e que novos consumidores já podem priorizar uma alimentação alternativa, com o jovem vislumbrando a criação de uma identidade de consumo que está associada aos significados apresentados por alimentos de origem orgânica e fornecidos por meio de canais curtos, enquanto os mais velhos podem buscar um reencontro com memórias do passado, com a infância e a origem dos produtos.

Em função desse dado que apresenta os consumidores mais jovens e os mais velhos do grupo como maior potencial para a lealdade, pode-se falar mais uma vez na hibridização das escolhas e valores do consumidor e dos processos de compra, já que as escolhas envolvem preocupação com a saúde, ambiente e social ao mesmo tempo que com características modernas, como praticidade e proximidade geográfica de casa ou do trabalho. A sensibilidade destes segmentos à proposta dos alimentos oriundos dos canais alternativos é um indicativo importante para investimento em divulgação e educação para o consumo dos alimentos orgânicos.

Os locais de compra preferidos pelos consumidores foram as feiras, seguidos dos supermercados, para todas as faixas etárias, mas o grupo que mais consome na feira é a faixa dos mais jovens, até 25 anos, o que confirma que pode haver necessidades ou motivações híbridas entre os consumidores, mas que também existe interesse por esse mercado que pode ser desenvolvido pelos produtores e instituições envolvidas.

Considerações finais

O consumidor é um indutor de transformações em cadeias alimentares e é evidente que conhecer suas principais motivações e aspirações é essencial para compreender sua preferência por compras em circuitos curtos e alimentos orgânicos. Mais do que isso, compreender o que mantém este consumidor fiel e ligado a seus hábitos tornou-se uma garantia de perpetuação de práticas de produção e consumo vinculadas à disseminação de uma cultura de consumo alternativo, como dos alimentos orgânicos.

Estudos capazes de elucidar aspectos essenciais para a manutenção destes mercados colaboram comprovando ou refutando premissas a respeito de confiança, valores, aproximação, cultura, além de apresentar novas evidências que podem ser

estudadas. Observou-se nas pesquisas citadas, por exemplo, que a confiança depende mais dos relacionamentos de proximidade entre produtores e consumidores do que de documentos ou selos que assegurem a qualidade dos produtos. Além da relação entre confiança e lealdade, confirmou-se que tanto a confiança quanto a lealdade do consumidor de alimentos orgânicos estão ligadas a uma forma de consumo mais próximo do produtor – os consumidores de feiras e grupos de consumo, nesta ordem, são os que mais confiam na produção, nos produtos e no produtor de orgânicos, e os consumidores de supermercados são os que menos confiam e são menos leais.

Esta evidência aponta para a necessidade de compreensão de que os consumidores de alimentos orgânicos devem ser tratados como grupos heterogêneos, isso porque diversos elementos podem criar subgrupos específicos e com necessidades diferentes no sentido de escolhas alimentares, local de consumo, lealdade, confiança, valores, etc.

Referências

- AGUSTIN, C.; SINGH, J. Satisfaction, trust, value and consumer loyalty: curvilinearities in relationship dynamics. In: *Proceedings of the Conference of European Marketing Academy*. 2002.
- ALLEN, P. et al. Shifting plates in the agrifood landscape: the tectonics of alternative agrifood initiatives in California. *Journal of Rural Studies*, v. 19, n. 1, p. 61-75, 2003.
- BARBOSA, S. D. C. et al. Perfil do consumidor e oscilações de preços de produtos agroecológicos. *Pesquisa Agropecuária Tropical*, v. 41, n. 4, p. 602-609, 2011.
- BLACKWELL, R.; MINIARDI, J.; ENGEL, J. *Comportamento do Consumidor*. São Paulo: Cengage Learning, 1 ed., 2009.
- BLANC, J. Family farmers and major retail chains in the Brazilian organic sector: Assessing new development pathways. A case study in a peri-urban district of Sao Paulo. *Journal of Rural Studies*, v. 25, n. 3, p. 322-332, jul. 2009.
- BREI, V. A.; ROSSI, C. A. V. Confiança, valor percebido e lealdade em trocas relacionais de serviço: um estudo com usuários de internet banking no Brasil. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 9, n. 2, p. 145-168, 2005.
- BUAINAIN, A.M.; BATALHA, M. O. *Série agronegócios: cadeia produtiva da carne bovina*. IICA, MAPA/SPA, 2007.
- CHRYSSOHOIDIS, G. M.; KRYSTALLIS, A. Organic consumers' personal values research: Testing and validating the list of values (LOV) scale and implementing a value-based segmentation task. *Food Quality and Preference*, v. 16, n. 7, p. 585-599, 2005.
- DAROLT, M.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A. Proliferação de distintos formatos de circuitos curtos de comercialização. *Revista Agriculturas*, v. 10, n. 2, p. 8-13, 2013.
- DE MENEZES, D. C.; SANDRI, A. D. *A Lealdade Do Consumidor De Produto Orgânico: Determinando Os Elementos Influenciadores Dessa Dinâmica*. [s/l]: [s/n], 2013.
- DIAS, V. da V. et al. Scale of consumer loyalty for organic food. *British Food Journal*, v. 118, n. 3, p. 697-713, 2016.
- DIAS, V. V. et al. Certificar ou Não Certificar? Eis a questão para os circuitos curtos de alimentos orgânicos. *Revista Brasileira de Agroecologia*. [no prelo]
- DIAS, V. V.; RÉVILLION, J. P.; TALAMINI, E. 2016.

- DONEY, P. M.; CANNON, J. P. An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *The Journal of Marketing*, p. 35-51, 1997.
- ESPARTEL, L. B.; ROSSI, C. A. V.; MÜLLER, H. F. Teste de um modelo de antecedentes da lealdade em três situações de consumo distintas. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD. *Anais...* [s/l]: [s/n], 2004.
- FOTOPOULOS, C.; KRYSSTALLIS, A.; NESS, M. Wine produced by organic grapes in Greece: using means-end chains analysis to reveal organic buyers' purchasing motives in comparison to the non-buyers. *Food quality and preference*, v. 14, n. 7, p. 549-566, 2003.
- GARBARINO, E.; JOHNSON, M. S. The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *The Journal of Marketing*, p. 70-87, 1999.
- GIANNAKAS, K. Information asymmetries and consumption decisions in organic food product markets. *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue Canadienne D'Agroeconomie*, v. 50, n. 1, p. 35-50, 2002.
- GOLDMAN, B. J.; CLANCY, K. L. A survey of organic produce purchases and related attitudes of food cooperative shoppers. *American Journal of Alternative Agriculture*, v. 6, n. 2, p. 89-96, 1991.
- GRUNERT, S.C.; JUHL, H.J. Values, environmental attitudes, and buying of organic foods. *Journal of economic psychology*, v. 16, n. 1, p. 39-62, 1995.
- GUIVANT, J. S. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. *Ambiente & Sociedade*, v. 6, n. 2, p. 63-81, 2003.
- GUTHMAN, J. Regulating meaning, appropriating nature: The codification of California organic agriculture. *Antipode*, v. 30, n. 2, p. 135-154, 1998.
- GUTHMAN, J. The Polanyian way? Voluntary food labels as neoliberal governance. *Antipode*, v. 39, n. 3, p. 456-478, 2007.
- HENRIQUE, J. L. Dos valores pessoais às fases da lealdade. Tese (doutorado). Programa de Doutorado em Administração, UFRGS, Porto Alegre, 2009.
- HILL, H.; LYNCHHEAUN, F. Organic milk: attitudes and consumption patterns. *British Food Journal*, v. 104, n. 7, p. 526-542, 2002.
- HOFSTEDE, G. H.; HOFSTEDE, G. *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. [s/l]: Sage, 2001.
- HOLLOWAY, L. et al. Reading the space of the farmers' market: a preliminary investigation from the UK. *Sociologia Ruralis*, v. 40, n. 3, p. 285-299, 2000.
- HUGHNER, R. S. et al. Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of consumer behaviour*, v. 6, n. 2-3, p. 94-110, 2007.
- ILBERY, B.; MAYE, D. Alternative (shorter) food supply chains and specialist livestock products in the Scottish-English borders. *Environment and planning A*, v. 37, n. 5, p. 823-844, 2005.
- JACOBY, J.; CHESNUT, R. *Brand Loyalty: measurement and management*. New York: Wiley, 1978
- JACOBY, J.; KYNER, D. B. Brand loyalty vs. repeat purchasing behavior. *Journal of Marketing research*, p. 1-9, 1973.
- KIM, J.-O. et al. Cros-cultural consumer values, needs and purchase behavior. *Journal of Consumer Marketing*, New Jersey, v. 19, n. 6, p. 481-502, 2002.

- KIRWAN, J. Alternative strategies in the UK agro-food system: interrogating the alterity of farmers' markets. *Sociologia ruralis*, v. 44, n. 4, p. 395-415, 2004.
- LEA, E.; WORSLEY, A. Australian consumers' food-related environmental beliefs and behaviours. *Appetite*, v. 50, n. 2, p. 207-214, 2008.
- LEE, H.-J.; GOUDEAU, C. Consumers' beliefs, attitudes, and loyalty in purchasing organic foods: The standard learning hierarchy approach. *British Food Journal*, v. 116, n. 6, p. 918-930, 2014.
- MACIAS, T. Working Toward a Just, Equitable, and Local Food System: The Social Impact of Community-Based Agriculture*. *Social science quarterly*, v. 89, n. 5, p. 1086-1101, 2008.
- MAGNUSSON, M. K. et al. Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour. *Appetite*, v. 40, n. 2, p. 109-117, 2003.
- MARANDI, E.; LITTLE, E.; SEKHON, Y. The impact of personal values on perception of service provider empathy and customer loyalty. *The Business Review*, Cambridge, v. 5, n. 2, p. 339-343, 2006.
- MARQUES VIEIRA, L. et al. An analysis of value in an organic food supply chain. *British Food Journal*, v. 115, n. 10, p. 1454-1472, 2013.
- MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Sociologia ruralis*, v. 40, n. 4, p. 424-438, 2000.
- MEYER, S. B. et al. Reconnecting Australian consumers and producers: Identifying problems of distrust. *Food Policy*, v. 37, n. 6, p. 634-640, 2012.
- MILESTAD, R. et al. Being close: The quality of social relationships in a local organic cereal and bread network in Lower Austria. *Journal of Rural Studies*, v. 26, n. 3, p. 228-240, 2010.
- MORGAN, R.; HUNT, S. The commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, v. 58, p. 20-38, July 1994.
- MORRIS, C.; BULLER, H. The local food sector: a preliminary assessment of its form and impact in Gloucestershire. *British Food Journal*, v. 105, n. 8, p. 559-566, 2003.
- NIEDERLE, P. A. Delimitando as fronteiras entre mercados convencionais e alternativos para a agricultura familiar. *Extensão Rural*, v. 16, p. 5-38, 2009.
- OLIVAS, R.; DÍAZ, M.; BERNABÉU, R. Structural equation modeling of lifestyles and consumer attitudes toward organic food by income: a spanish case study. *Cienc. Inv. Agr.* [online], v.40, n.2, p.265-277, 2013.
- OLIVAS, R.; DONATE, M. D.; CAÑETE, R. B. Structural Equation Modeling of lifestyles and consumer attitudes towards organic food by income: a Spanish case study. *Ciencia e investigación agraria: revista latinoamericana de ciencias de la agricultura*, v. 40, n. 2, p. 265-277, 2013.
- OLIVER, R. L. Whence customer loyalty? *Journal of Marketing*, Chicago, v. 63, special issue, p. 33-44, 1999.
- POHJANHEIMO, T. et al. Food choice motives and bread liking of consumers embracing hedonistic and traditional values. *Appetite*, v. 54, n. 1, p. 170-180, 2010.
- RENTING, H.; MARSDEN, T. K.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and planning A*, v. 35, n. 3, p. 393-412, 2003.
- ROKEACH, M. *Beliefs, attitudes and values: A theory of organization and change*. 1968.
- ROKEACH, M. et al. *The nature of human values*. New York: Free press, 1973.

- SAGE, C. Social embeddedness and relations of regard:: alternative 'good food' networks in south-west Ireland. *Journal of Rural Studies*, v. 19, n. 1, p. 47-60, 2003.
- SCARABELOT, M.; SCHNEIDER, S. *As Cadeias Agroalimentares Curtas e desenvolvimento local*– Um estudo de caso no município de Nova Veneza/SC. *Faz Ciência*, v.14, n. 19, p. 101-130, jan./jun.2012.
- SEYFANG, G. Sustainable consumption, the new economics and community currencies: Developing new institutions for environmental governance. *Regional Studies*. Vol. 40.7, pp. 781–791, October 2006.
- SINGH, J.; SIRDESHMUKH, D. Agency and trust mechanisms in consumer satisfaction and loyalty judgments. *Journal of the Academy of Marketing Science*, v. 28, n. 1, p. 150-167, 2000.
- SIRDESHMUKH, D.; SINGH, J.; SABOL, B. Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges. *Journal of Marketing*, v. 66, n. 1, p. 15-37, 2002.
- SLATER, D. *Culturas do consumo e Modernidade*. São Paulo: Nobel, 2002
- SQUIRES, L.; JURIC, B.; BETTINA CORNWELL, T. Level of market development and intensity of organic food consumption: cross-cultural study of Danish and New Zealand consumers. *Journal of Consumer Marketing*, v. 18, n. 5, p. 392-409, 2001.
- THØGERSEN, J. Country differences in sustainable consumption: The case of organic food. *Journal of Macromarketing*, v. 30, n. 2, p. 171-185, 2010.
- TORJUSEN, H. et al. Food system orientation and quality perception among consumers and producers of organic food in Hedmark County, Norway. *Food quality and preference*, v. 12, n. 3, p. 207-216, 2001.
- TREGEAR, A. Progressing knowledge in alternative and local food networks: critical reflections and a research agenda. *Journal of Rural Studies*, v. 27, n. 4, p. 419-430, 2011.
- TRUNINGER, M. The plural bases of trusting organic food: from certification to the "caterpillar test". *Ambiente & Sociedade*, v. 16, n. 2, p. 81-102, 2013.
- VINSON, D. E.; SCOTT, J. E.; LAMONT, L. M. The role of personal values in marketing and consumer behavior. *The Journal of Marketing*, p. 44-50, 1977.
- WETTSTEIN, Nadine et al. What are 'true' loyal consumers in the food sector? Insights from an empirical study. In: *113th Seminar, September 3-6, 2009, Chania, Crete, Greece*. European Association of Agricultural Economists, 2009.
- WIER, M. et al. The character of demand in mature organic food markets: Great Britain and Denmark compared. *Food Policy*, v. 33, n. 5, p. 406-421, 2008.
- WILKINS, Jennifer L.; HILLERS, Virginia N. Influences of pesticide residue and environmental concerns on organic food preference among food cooperative members and non-members in Washington State. *Journal of Nutrition Education*, v. 26, n. 1, p. 26-33, 1994.
- WORSLEY, Anthony. Lay people's views of school food policy options: associations with confidence, personal values and demographics. *Health education research*, v. 21, n. 6, p. 848-861, 2006.

Produtos da sociobiodiversidade e cadeias curtas: aproximação socioespacial para uma valorização cultural e econômica

Janaína Deane de Abreu Sá Diniz
Claire Cerdan

Introdução

Ao longo das últimas décadas no Brasil, de um modo geral, os circuitos de comercialização de produtos agroalimentares têm se expandido, complexificado e diversificado. As regiões de produção situadas a montante dos grandes centros urbanos se multiplicaram e os circuitos de comercialização aumentaram (Cerdan e Sautier, 2011). Na maioria das regiões, ainda que tenha havido um aumento na participação da grande distribuição, formas tradicionais de transformação e distribuição da produção local ainda vêm sendo conservadas, o que pode ser observado especificamente com produtos típicos dos diferentes biomas brasileiros, onde ainda existe grande consumo em escala local. Associados às formas tradicionais de produção e consumo, vêm surgindo igualmente alternativas de comercialização em circuitos curtos, como estratégias de valorização da produção local desses biomas, mas também como ini-

ciativas para garantia da segurança e da soberania alimentar de populações rurais e urbanas dessas regiões.

Diversos termos relacionados às cadeias curtas têm sido empregados para designar um conjunto de configurações alternativas que buscam uma ruptura com o sistema agroalimentar dominante, podendo ser denominados de “iniciativas agroalimentares alternativas”, “sistemas alimentares locais”, “sistemas alimentares sustentáveis”, “práticas alimentares alternativas”, “cadeias curtas agroalimentares”, dentre outros (Deverre e Lamine, 2010; Renting, Marsden e Banks, 2003). Por abordarem novas relações entre produtores e consumidores, eles vêm sendo considerados como novos paradigmas do desenvolvimento rural, principalmente no que se refere ao debate sobre a realocização da produção e do consumo.

Exemplos bastante mencionados desses sistemas alternativos são as associações para a manutenção da agricultura camponesa (AMAP), na França, as lojas de produtores, as feiras camponesas e a renovação de formas tradicionais de circuitos curtos, como as vendas na beira das estradas, presença dos próprios produtores nas feiras livres ou o abastecimento de lojas do varejo por produtores locais (Deverre e Lamine, 2010). No Brasil, também podem ser citadas diversas experiências atuais de circuitos curtos de comercialização e consumo, nas diferentes regiões do país, como feiras agroecológicas, grupos de consumo, hortas comunitárias e escolares, entre outros (Darolt, 2013; Ferrari, 2011), além das políticas mais recentes de compras institucionais, que têm priorizado a compra de produtos locais,¹ mas também o fortalecimento e profissionalização de organizações coletivas, como associações e cooperativas da agricultura familiar.

De forma complementar à aplicação das políticas de compras institucionais como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e a aquisição de produtos da agricultura familiar pelo Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), o governo federal lançou, por meio da Portaria Interministerial MDA/MDS/MMA nº 239, de 21/7/2009, o Plano Nacional para a Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade – PNPSB (Brasil, 2009), uma política que também pode representar um importante mecanismo de desenvolvimento local, sendo um dos desafios a sua adaptação à lógica e às configurações predominantes nos circuitos de comercialização já existentes para esses produtos. Desde o seu lançamento, o PNPSB já conseguiu provocar algumas mudanças em termos de associação com outras políticas, como a sua inserção no novo Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (Planapo), iniciado em 2016.²

O PNPSB enfoca os bens e serviços gerados a partir de recursos da biodiversidade local voltados à formação de cadeias produtivas de interesse dos povos e comunidades tradicionais e de agricultores familiares. Este plano foi resultado de um

¹ O artigo 25 da Resolução CD/FNDE n. 26/2013 define que os projetos de grupos de fornecedores locais terão prioridade sobre os demais grupos, seguido pelos projetos do território rural e do estado, que, por sua vez, possuem prioridade sobre os projetos de fornecimento de outros estados do país.

² O Plano é o principal instrumento de execução da Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica, decreto federal nº 7.794/2012.

longo processo, envolvendo as esferas pública, empresarial e da sociedade civil, de construção de uma política de conservação e valorização da biodiversidade brasileira, associada à geração de renda para as comunidades envolvidas. De 2009, quando foram priorizados a castanha-do-brasil e o babaçu,³ até os dias atuais, foram incorporados produtos de todos os biomas brasileiros, sendo que hoje são apoiados, no âmbito do PNPSB, uma dezena de arranjos produtivos locais (APL) nos biomas Amazônia, Caatinga, Cerrado e Mata Atlântica.⁴

Alguns desses produtos atualmente considerados da sociobiodiversidade possuem histórico de participação em longas cadeias, que anteriormente visavam principalmente mercados de grandes centros urbanos, alguns inclusive internacionais, sendo o caso da borracha extrativista e da castanha-do-brasil na Amazônia, ou da piaçava na Caatinga. Em contrapartida, outros produtos, apesar de estarem vinculados a diversas formas de transformação e consumos tradicionais nos diferentes biomas, com importante demanda local e regional, ainda não participam de circuitos de distribuição significativos em outras regiões do país. Existem ainda aqueles produtos que não apresentam nem tradição local nem são conhecidos nacional ou internacionalmente, mas que, em função de pesquisas que reconhecem sua importância nutricional e terapêutica, começam a despertar o interesse da população em geral.

As especificidades das cadeias da sociobiodiversidade estimulam a busca por um maior entendimento sobre em que medida esses produtos podem ser pensados e promovidos no contexto dos sistemas agroalimentares alternativos e, mais precisamente, das cadeias curtas, a partir de propostas que não se mantenham nas configurações convencionais. É importante identificar as oportunidades e dificuldades para propor e consolidar políticas que favoreçam também os circuitos curtos de comercialização e de consumo locais para esses produtos, levando em conta a diversidade dos produtos ofertados, e não apenas produtos isolados.

No presente capítulo serão apresentados alguns casos de produtos da sociobiodiversidade a partir de uma análise sobre o estágio atual de suas cadeias produtivas e canais de comercialização, assim como das principais dificuldades para que se consolidem nessas estruturas. Ao longo do texto serão descritos os circuitos de comercialização de quatro produtos da sociobiodiversidade nos biomas Amazônia e Cerrado,⁵ trazendo alguns aspectos bastante específicos a estes produtos, mas também semelhantes a outras realidades não apenas brasileiras, quando se trata de encurtamento de canais a partir da aproximação entre produtores e consumidores.

³ Por representarem cadeias de relevância socioeconômica e ambiental, beneficiando, na época, cerca de 500 mil famílias de extrativistas e gerando R\$ 160.000.000,00 anuais (Brasil, 2009).

⁴ Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/perguntasfrequentes?catid=17&start=0>>. Consulta em: 19 jun. 2015.

⁵ Para apresentar os casos específicos dos produtos da sociobiodiversidade nesses dois biomas brasileiros, as autoras lançaram mão de dados de levantamentos de campo em diversos projetos de pesquisa, com destaque para os projetos “Inovações sociotécnicas e institucionais para conservação e valorização do bioma Cerrado”, no âmbito do edital Capes-Embrapa-Fundação Agropolis 2014 e “Agroextrativismo e as cadeias de produtos da sociobiodiversidade no Brasil: entre a especialização e a perda de biodiversidade”, financiado pela Agência Francesa de Desenvolvimento (AFD), entre 2013 e 2015.

O texto está organizado em cinco seções, incluindo esta introdução. Na seção 2 é apresentado o histórico da construção do conceito de sociobiodiversidade e de noções derivadas como “produtos da sociobiodiversidade” e “cadeias de produtos da sociobiodiversidade”, que, no caso brasileiro, estão atualmente incorporadas em diversas políticas públicas. A temática específica deste livro, sobre sistemas agroalimentares alternativos e cadeias curtas é abordada na seção 3, numa tentativa de identificar aspectos que mais se relacionem (já em aplicação ou não) às cadeias de produtos da sociobiodiversidade no Brasil. A seção 4 é dedicada aos casos de quatro produtos da sociobiodiversidade, nos biomas Amazônia e Cerrado, enquanto que a seção 5, de caráter conclusivo, traz uma discussão em torno dos desafios e perspectivas para que esses produtos se mantenham em sistemas agroalimentares alternativos e cadeias curtas, a partir da associação entre usos tradicionais e ações inovadoras para uma valorização local e regional.

Produtos da sociobiodiversidade: construção de um conceito e de políticas públicas atualmente associadas

Antes de abordar diretamente o tema dos produtos da sociobiodiversidade, é importante apresentar o processo histórico em que esta noção foi ganhando importância, até a associação com as políticas públicas de conservação da biodiversidade e de desenvolvimento rural nas diversas regiões brasileiras, com foco nos agricultores familiares e populações tradicionais. Assim, apresenta-se inicialmente uma breve contextualização sobre a importância ambiental, socioeconômica e cultural de alguns produtos provenientes do extrativismo vegetal, relacionando esta atividade principalmente às ações de promoção de produtos florestais não madeireiros (PFNM) e que se mostram fortemente vinculadas à introdução da noção de cadeia de produtos da sociobiodiversidade nas políticas públicas brasileiras. No segundo tópico, será abordada a gênese do termo sociobiodiversidade, a partir dos conceitos de biodiversidade ou diversidade biológica e etnobiodiversidade, assim como outras noções relacionadas.

Produtos florestais não madeireiros e comunidades extrativistas: mudanças nas estratégias de valorização e conservação

A coleta de produtos florestais é uma das primeiras atividades humanas e que, segundo diversos autores, tem tido sua importância diminuída ao longo dos tempos (Homma, 1993; Sills et al., 2011), à medida que as populações modificam suas demandas por alimentos, energia, medicamentos, entre outros, e muitos desses produtos passam a ser substituídos, domesticados ou até mesmo extintos. Em alguns casos, onde houve crescimento da demanda por alguns desses recursos, que anteriormente eram obtidos exclusivamente em áreas naturais, é possível encontrá-los atualmente adaptados a sistemas mais organizados, seja na forma consorciada ou em monocultivos.

Entretanto, apesar dessas mudanças nos sistemas de produção e no acesso a esses produtos, a coleta e uso de PFSNM ainda possui relevância econômica e cultural em contextos locais específicos e em diversas regiões do planeta. Esse é o caso da coleta de frutos e plantas silvestres em alguns países europeus, valorizada como uma grande herança cultural (Grivins e Tisenkopfs, 2014; Coks, López e Dold, 2011), ou de diversos produtos, como o açaí na Amazônia e o pequi no Cerrado, que continuam bastante presentes na alimentação das populações locais.

A Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO/ONU) define os PFSNM como “bens de origem biológica, exceto a madeira, fornecidos por florestas, bosques e outras árvores em áreas não florestais”.⁶ Fazem parte de um grupo de produtos que até recentemente não era reconhecido como importante fonte de alimentos e nem de renda, principalmente porque a maioria dos produtos coletados se destina basicamente à subsistência das famílias rurais ou aos mercados locais, além de as estatísticas sobre os volumes coletados nas florestas serem frequentemente incompletas e pouco confiáveis, e da exploração florestal moderna favorecer a larga escala, associando os PFSNM a uma atividade incidental (FAO, 1995).

Apesar de muitos dos PFSNM serem principalmente voltados para o consumo local, alguns possuem um histórico de extração e distribuição com foco principalmente nos mercados internacionais. E esse também vinha sendo o foco dos primeiros projetos voltados para a promoção dos PFSNM, em associação com estratégias de desenvolvimento local e conservação ambiental,⁷ uma vez que os mesmos tinham como objetivo organizar agricultores/extrativistas em associações e cooperativas para a produção, transformação e comercialização com foco no mercado internacional (comércio justo, certificação florestal, etc.). Muitos desses projetos passaram por dificuldades, tanto por estarem inseridos em cadeias longas e globais, com grandes variações de demanda em função de qualquer mudança nos mercados internacionais, mas também pela pouca experiência em termos de valorização da produção e relação com o(s) mercado(s) por parte das comunidades extrativistas (Diniz, 2008; Magalhães, 2011).

Da mesma forma que outros produtos de consumo mais frequente, durante as últimas décadas, a maioria dos projetos de promoção de PFSNM também era voltada para circuitos globalizados, deslocalizados, com logística complexa para garantir o escoamento desde sua origem até os novos mercados desenvolvidos. Assim, cerca de vinte anos depois do lançamento de diversas estratégias para manutenção da floresta em pé a partir da inserção de PFSNM em mercados internacionais, diversos autores têm afirmado que esses produtos não possuem capacidade para promover o desenvolvimento local nesta lógica, pois muitos ainda continuam restritos exatamente aos circuitos e mercados locais (Sills et al., 2011) e com grandes obstáculos (técnicos, comerciais, organizacionais, sociais e culturais) para atender outros mercados dentro dos níveis de regularidade e qualidade exigidos.

⁶ Disponível em: <<http://www.fao.org/forestry/nwfp/6388/en/>>. Acesso em: 02 jul. 2015.

⁷ A maioria teve início na década de 1990, com destaque para os projetos ligados ao Programa Piloto para Proteção das Florestas Tropicais do Brasil (PPG7).

Apesar de ainda pouco divulgados, os produtos advindos da (socio)biodiversidade brasileira já representam uma importante fonte de renda para diversos produtores em diferentes regiões do país. Entretanto, em vez de insistir, e muitas vezes, na sequência, desistir de trabalhar na perspectiva dos mercados internacionais e distantes – com logística extremamente difícil –, seria importante estudar os fatores que dificultam a manutenção de mercados locais, para que seja promovido um fortalecimento dos circuitos de proximidade, garantindo a conservação dos recursos e das culturas tradicionais locais.

É nessa perspectiva de reconhecimento da importância cultural e social de determinados produtos de comunidades tradicionais, mas também de sua relação com os ecossistemas existentes, que o conceito de sociobiodiversidade foi sendo desenvolvido dentro de um grupo interinstitucional, coordenado pelo Ministério de Meio Ambiente (MMA). O próximo tópico abordará resumidamente este conceito e outras noções relacionadas, especificamente no contexto brasileiro.

Biodiversidade, Etnobiodiversidade e Sociobiodiversidade

A Convenção da Diversidade Biológica (CDB), redigida em 1992 e ratificada em 1993, destaca a necessidade da conservação da biodiversidade, a partir da manutenção dos processos biológicos essenciais, da preservação da diversidade genética (inter e intraespécies) e utilização sustentável de espécies e ecossistemas (Diegues, 2005).

No caso do Brasil, considerado um país megadiverso por conter 22% da biodiversidade vegetal do planeta (Brasil, 2009), além de outras espécies animais, também existe uma megadiversidade sociocultural, representada por mais de 200 povos indígenas e populações tradicionais, que possuem amplo conhecimento sobre o mundo natural, possibilitando o manejo de espécies da flora e da fauna e a conservação das áreas onde vivem.

Diegues (2005, p. 307) define etnobiodiversidade como sendo “a riqueza da natureza da qual participam os humanos, nomeando-a, classificando-a, domesticando-a, mas de nenhuma maneira selvagem e intocada”. Assim, ao considerar que a biodiversidade está relacionada tanto ao domínio natural quanto cultural pelas populações humanas, se estabelece uma nova etnociência da conservação, em que os inventários de etnobiodiversidade devem ser participativos e tenham a anuência e cooperação das populações tradicionais manejadoras da biodiversidade.

Considerando esta ideia de etnobiodiversidade, entre 2006 e 2008, uma comissão interinstitucional de profissionais ligados a diferentes organismos e instituições, sob a coordenação da Secretaria de Extrativismo e Desenvolvimento Rural Sustentável (SEDR), do MMA, se reuniu para desenvolver políticas de promoção dos produtos e serviços de populações tradicionais, com foco no potencial econômico desses produtos como uma estratégia de desenvolvimento para diversas comunidades rurais brasileiras. Assim, em 2009, a noção de sociobiodiversidade é apresentada como sendo a relação entre bens e serviços gerados a partir de recursos naturais, voltados à formação de cadeias produtivas de interesse de povos tradicionais e de agricultores familiares. Como política dinamizadora desta ideia, é lançado o Plano Nacional de

Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade (PNPSB),⁸ onde produtores, prestadores de serviço, agentes comerciais e empresários reconhecem neste setor uma oportunidade de negócio que a biodiversidade brasileira pode oferecer, tanto no mercado nacional como internacional.

Derivam da noção de sociobiodiversidade, as definições contidas no PNPSB para produtos da sociobiodiversidade e cadeias de produtos da sociobiodiversidade, conforme segue:

Produtos da sociobiodiversidade: bens e serviços gerados a partir de recursos da biodiversidade local voltados à formação de cadeias produtivas de interesse dos povos e comunidades tradicionais e de agricultores familiares – PCTAF, numa relação harmônica entre si, com sustentabilidade, justiça social e respeito às especificidades culturais e territoriais, que assegurem a manutenção e a valorização de seus laços sociais, suas práticas e saberes, dos direitos decorrentes, gerando renda e promovendo a melhoria do ambiente em que vivem e da sua qualidade de vida (Brasil, 2009).

Cadeia produtiva da sociobiodiversidade: sistema integrado e harmônico, constituído por atores interdependentes e por uma sucessão de processos de educação, pesquisa, manejo, produção, beneficiamento, distribuição, comercialização e consumo de produtos e serviços da sociobiodiversidade, com identidade cultural e incorporação de valores e saberes locais dos povos e comunidades tradicionais e de agricultores familiares – PCTAF e que asseguram a distribuição justa dos seus benefícios (Brasil, 2009).

As definições acima, de caráter bastante institucional, tentam associar estes produtos e cadeias produtivas a situações ideais para o sucesso de políticas públicas voltadas tanto para o desenvolvimento de populações tradicionais como para a conservação ambiental nos diferentes biomas brasileiros. Entretanto, para algumas situações nas diferentes regiões brasileiras, estas definições ainda estão muito distantes, uma vez que, apesar de envolverem populações tradicionais e produtos também tradicionalmente utilizados e consumidos, a organização da produção e comercialização em circuitos formais, principalmente em termos locais, ainda é pouco desenvolvida ou inexistente.

Considerando que o histórico de participação de alguns desses produtos tem sido principalmente em circuitos longos, tanto em termos de distância entre as regiões produtoras e consumidoras, quanto pelos diversos níveis de intermediação, é importante questionar a viabilidade e a sustentabilidade da inserção desses produtos em sistemas agroalimentares alternativos, principalmente quando considerados os

⁸ Nos dias 19 e 20 de maio de 2015, foi realizado o 2º Seminário Nacional da Sociobiodiversidade, com o objetivo de debater e elaborar, a partir do acúmulo das ações implementadas no PNPSB, o Programa Nacional da Sociobiodiversidade, que deve servir de instrumento de integração das diferentes ações referentes à sociobiodiversidade presentes na Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (PNAPO). A realização do Seminário foi de responsabilidade do Ministério do Meio Ambiente (MMA), Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) e Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), em conjunto com o Conselho Nacional das Populações Extrativistas (CNS), a Rede Cerrado e demais parceiros do governo e sociedade civil.

circuitos curtos numa perspectiva de alternativa aos sistemas de produção e distribuição dominantes e de valorização econômica e cultural da produção local. Muitas das políticas atuais ainda se baseiam em cadeias centradas em um único produto, o que pode levar a possíveis especializações nos circuitos voltados para a valorização dos produtos da sociobiodiversidade (Cialdella e Navegantes, 2014).

Conforme será abordado nos próximos tópicos, as ações do Estado voltadas para a promoção dessas cadeias de produtos da sociobiodiversidade, a partir de programas e políticas públicas para fortalecer a organização da produção e comercialização, não devem deixar de considerar que, sendo produtos obtidos e consumidos em contextos bastante específicos, tão ou mais importante do que buscar mercados em regiões diferentes daquelas de ocorrência de algumas espécies, envolvendo uma série de aspectos (logísticos, de aceitação e/ou aumento brusco da demanda), é também garantir e/ou promover os circuitos de comercialização e consumo em escalas locais e regionais, como uma estratégia não apenas de conservação biológica das espécies, mas também de manutenção das tradições e das relações existentes entre as populações locais, além dos aspectos relacionados à saúde que estão atrelados a esses produtos.⁹

A temática dos sistemas agroalimentares alternativos e das cadeias curtas será a seguir contextualizada para os produtos da sociobiodiversidade, considerando-os como produtos que podem interessar a uma “demanda híbrida de consumo”, no sentido de Renting, Marsden e Banks (2003) e que devem ser tratados em um contexto de diversidade, evitando a tendência de cadeias (mono) produtivas.

Sistemas agroalimentares alternativos e cadeias curtas: novas e tradicionais formas de acesso aos mercados pelos produtores familiares

Os circuitos curtos são definidos como iniciativas que mobilizam no máximo um intermediário entre o produtores e consumidores (Chaffotte e Chiffolleau, 2007). Muitas dessas iniciativas, como observado por Deverre e Lamine (2010), são ainda pouco estruturadas, mesmo no caso dos circuitos alternativos da Europa. O retorno a algumas formas antigas de comercialização se mostra pertinente em face de uma série de impactos atualmente conhecidos como cadeias agroalimentares globais, porém também apresenta um desafio, no sentido de viabilizar e manter essas configurações com menos níveis intermediários ao longo do tempo.

Lamine (2014) observa também que, apesar de o paradigma da realocação estar associado na literatura com os sistemas agroalimentares alternativos, propondo relações mais próximas entre agricultura e alimento, que favorecem o meio ambiente, ele não necessariamente garante uma reconexão entre agricultura e alimento, uma vez que as práticas agrícolas e alimentares são geralmente consideradas de forma assimétrica, além

⁹ Nesse sentido, é válido reforçar a importância da inserção dos produtos da sociobiodiversidade no segundo Planapo, não apenas como um incentivo a estes produtos, mas também como mais uma alternativa de acesso a produtos originários de sistemas sustentáveis pelas populações locais.

de não se considerar as interdependências existentes nos sistemas agroalimentares, e nem a diversidade de atores e instituições, pois o foco da ideia de realocação estaria na relação direta entre produtor e consumidor e em atores alternativos.

Neste tópico discutiremos as possibilidades e implicações atuais da comercialização de produtos originários da agricultura familiar, partindo dos produtores e chegando até os consumidores finais. Primeiramente serão apresentados aspectos gerais sobre níveis de intermediação nos canais, seguido por uma contextualização e proposição de alguns indicadores para se analisar o caso dos produtos da sociobiodiversidade à luz dos sistemas agroalimentares alternativos e das cadeias curtas.

Os diferentes níveis de intermediação nos canais de distribuição

Os canais de distribuição podem ser compreendidos como conjuntos de organizações interdependentes que, em alguma medida, gerenciam os fluxos estabelecidos no processo de disponibilização de um produto ou serviço do produtor ou fornecedor ao usuário (Telles e Strehlau, 2006). Correspondem às alternativas possíveis para a disponibilização de um produto para os consumidores finais. No caso de um produtor ter pouca diversidade de itens, ao inserir seus produtos em um circuito de distribuição com outros produtos e produtores, ofertará maior diversidade para seus consumidores finais, sendo que esses circuitos de distribuição podem ou não contar ainda com a participação desse produtor, sendo o caso de quando o produto é passado para intermediários, quando se acrescenta mais níveis ao canal. Para o consumidor, também é interessante encontrar uma diversidade de produtos em um mesmo local ou circuito de compra, pois significa maiores opções de escolha. Assim, os canais de distribuição, em estruturas formais ou informais, muitas vezes conseguem atender aos interesses de produtores e consumidores, mesmo que muitas vezes signifique passar por diversas intermediações.

Em outra situação distinta daquela de produtores isolados, com dificuldade de acesso aos mercados, e que por isso dependem de agentes intermediários, cada vez mais se encontra produtores (a maioria de médio a grande porte) inseridos (ou integrados) em circuitos comandados pela grande distribuição. Mesmo sendo mais organizados, também não deixam de ser dependentes dessas empresas. Muitas vezes, como os produtores isolados, esses produtores continuam sem autonomia com relação aos preços praticados, não apenas por não terem noção dos custos de produção, mas também porque os preços são ditados pelas grandes redes varejistas.

Em resposta a este domínio da grande distribuição, Deverre e Lamine (2010) destacam que os mercados tradicionais de produtores reaparecem como passíveis de favorecer a manutenção de pequenos produtores e são apresentados como fatores de resistência aos sistemas centrados em grandes empresas de distribuição principalmente. Representam, ainda, uma possibilidade de emergência de novas maneiras para se definir a relação entre produtores e consumidores, susceptíveis de questionarem os aspectos essenciais desse sistema, como as trocas a longas distâncias, a homogeneização dos produtos ou a desvinculação dos lugares e suas condições de produção.

No caso de produtos da sociobiodiversidade, onde ainda existe relativa abundância¹⁰ de recursos nos locais de produção e pouca demanda nos mercados consumidores (locais ou externos), é necessário que sejam estimuladas e viabilizadas formas alternativas de criação de demanda e de acesso pelos consumidores, principalmente locais, a fim de se garantir circuitos de proximidade, que mantém/reforçam os hábitos e tradições locais, além de colaborarem com o desenvolvimento das regiões produtoras. Também é necessário reduzir os níveis de intermediação e/ou garantir que, no caso de produtos que seguem para outros mercados, funcionem circuitos alternativos aos dos grandes sistemas agroindustriais ou redes varejistas.

Esses circuitos alternativos muitas vezes conseguem modificar as relações de dependência dos extrativistas às cadeias longas, com muitos intermediários, possibilitando maior autonomia às famílias e grupos que até recentemente não possuíam nenhuma alternativa de acesso aos mercados. Ploeg, Jinghzong e Schneider (2012) denominam estes mercados emergentes de *nested markets*, onde circuitos curtos, geralmente possuídos pelos próprios produtores, garantem a ligação entre produção e consumo de alimentos, permitindo uma maior participação no valor agregado, em contraste com a maioria dos atuais mercados agrícolas e de alimentos, que estão vinculados a impérios alimentares.

Comercialização de produtos da sociobiodiversidade: entre circuitos de nicho globais e um consumo tradicional local

Apesar de uma parte dos produtos atualmente abrangidos pelo PNPSB já participar de circuitos estruturados de comercialização, alguns restringem-se a produtos de nicho ou de exportação para setores específicos, pouco presentes nos mercados convencionais e muitas vezes nos próprios circuitos locais de comercialização. Em outros casos, participam predominantemente do consumo das famílias, mas são pouco comercializados, mesmo localmente.

Primeiramente, para que sejam identificadas as possibilidades para cada produto e comunidades envolvidas, é necessário que nos baseemos em alguns aspectos importantes que indiquem as especificidades de cada local ou bioma. As particularidades de cada espécie e/ou região devem ser consideradas para uma valorização dos produtos da sociobiodiversidade em cadeias ou circuitos curtos. Sonnino e Marsden (2006) citam o queijo parmesão Reggiano, da Itália, como um exemplo de produto regional que, a partir de uma (re)construção de sistemas de produção associados, promoveu desenvolvimento local, com geração de emprego e manutenção de técnicas tradicionais de produção, geralmente artesanais e com baixo impacto ambiental.

Fournier e Touzard (2013) reconhecem a (co)existência de uma grande variedade de sistemas agroalimentares, que compreendem desde aqueles inseridos em sistemas agroindustriais convencionais, até aqueles que se apresentam como uma oposição

¹⁰ É importante considerar que esta relativa abundância de recursos existe exatamente porque algumas regiões produtoras ainda não foram pressionadas para atender a demandas maiores, que podem comprometer a capacidade de regeneração das espécies.

contemporânea entre sistemas dominantes e sistemas alternativos. Uma tipologia de modelos alimentares que considera essa diversidade foi proposta pelos mesmos autores, onde apresentam cinco variantes possíveis: doméstico (autoconsumo), de proximidade (0 ou 1 intermediário e/ou proximidade geográfica), de comodidades (pequenas distâncias e baixos investimentos), agroindustrial (produção em massa e transformação) e de qualidade diferenciada (origem e práticas com preocupações ambientais e éticas).

Além da tipologia utilizada por Fournier e Touzard (2013), alguns aspectos relacionados aos sistemas agroalimentares localizados (Sial) propostos por Cândido, Malafaia e Rezende (2012) serviram de elementos comparativos para os quatro casos de cadeias da sociobiodiversidade selecionados, sendo eles: a) configuração geográfica dos produtos nos biomas (regiões específicas onde existe maior ocorrência/produção e/ou consumo); b) características intrínsecas ao produto, oriundas do território ou de outros ativos específicos disponíveis nas regiões de ocorrência; c) existência de interação entre o âmbito local e global; d) fatores sociais, culturais e históricos que criam uma identidade para produtos e entre os produtores; e) interação real entre o território e a cadeia produtiva, com vistas à diferenciação do produto.

Nesse sentido, além da descrição dos casos dos quatro produtos, serão identificados no conjunto de elementos e de atores associados a esses produtos, aspectos orientadores que devem ser observados em determinadas cadeias de produtos da sociobiodiversidade, a fim de se identificar a existência e/ou a possibilidade de construção de cadeias curtas para esses produtos. O fato de determinado produto ou local já ter alguma forma mais estruturada de comercialização pode favorecer o fortalecimento de circuitos curtos, mas nada impede que outros aspectos não necessariamente relacionados à comercialização, incentivem, no médio prazo, o desenvolvimento de cadeias curtas para alguns produtos da sociobiodiversidade. Como são muitas as possibilidades de aproximação entre produtores e consumidores, assim como as situações encontradas nos diferentes biomas brasileiros, é necessário se ter a clareza das potencialidades, limitações e riscos envolvidos em cada situação estudada.

Quatro casos emblemáticos de cadeias de produtos da sociobiodiversidade em dois biomas brasileiros

Os produtos da sociobiodiversidade escolhidos para uma análise a partir do quadro dos sistemas agroalimentares alternativos e das cadeias curtas são bastante representativos para ilustrar as especificidades regionais, tanto em termos produtivos e de circuitos de distribuição, como em termos de apoio às suas cadeias por meio de ações e políticas de atores públicos e privados. Ao contrário de produtos geralmente relatados em experiências de valorização pela qualidade diferenciada, como as denominações de origem, parte desses produtos, apesar de atingirem mercados certificados, ainda são comercializados principalmente em circuitos tradicionais.

Por se tratarem, muitas vezes, de relações informais e que iniciam em localidades distantes dos centros urbanos, esses circuitos muitas vezes permanecem invisíveis

perante o Estado e a sociedade, geralmente devido às dificuldades de se registrar e se contabilizar estatísticas referentes a atores e processos locais, o que torna ainda mais difícil a proposição de alternativas mais adaptadas à realidade dessas regiões e populações.

Os casos dos quatro produtos serão descritos separadamente por bioma. Apesar de cada um ter sua especificidade quanto aos processos de produção, comercialização e consumo, os contextos regionais são relativamente semelhantes.

Produtos da sociobiodiversidade na Amazônia: dos ciclos extrativistas predatórios à valorização do bioma

Com um histórico de sucessivos ciclos extrativistas (vegetais e minerais), a maioria deles predatórios (Homma, 1993), os produtos da sociobiodiversidade do bioma amazônico escolhidos para esta análise à luz dos sistemas agroalimentares alternativos e cadeias curtas foram o açaí (*Euterpe oleracea*), fruto típico de florestas de várzea e a castanha do Brasil (*Bertholletia excelsa*), de ocorrência em florestas de terra firme.

Açaí (Euterpe oleracea)

Em diversos locais da Amazônia, o açaí passou, nas duas últimas décadas, de cadeias curtas, típicas de sistemas domésticos ou de comodidade, para configurações agroindustriais, principalmente nas capitais da região, porém ainda com poucos casos de qualidade diferenciada. Apesar de ser um produto consumido atualmente em todo o país e que vem aumentando as quantidades exportadas, a cadeia ainda possui características fortemente tradicionais, onde as famílias de coletores representam os principais consumidores do produto. Para se ter uma ideia da importância deste produto no consumo local, Cialdella e Navegantes (2014) relatam que o consumo médio de açaí em 2013 na região metropolitana de Belém foi de 42,8 kg/hab/ano, ficando acima do consumo da carne bovina (39 kg/hab/ano) e da farinha de mandioca (34 kg/hab/ano).

Até recentemente, o açaí era considerado um “fruto de pobre”, por ser um alimento de preço acessível e que fornecia as calorias diárias necessárias, principalmente para a população urbana de baixa renda (Sills et al., 2011), e também por não ser muito demandado entre as elites das cidades amazônicas, não justificando, até recentemente, necessidade de se ofertar o fruto durante todo o ano. O interesse maior do mercado urbano, até então se concentrava no palmito, retirado do colmo (miolo) da mesma palmeira, sendo essa atividade classificada por Homma (1993) como extrativismo de aniquilamento, por causar a extinção da fonte. Atualmente, devido ao maior interesse pelo fruto, o palmito do açazeiro só é retirado quando se realiza o manejo dos açazeiros, ao se eliminar as palmeiras mais velhas.

Em termos de sistemas produtivos, tem-se observado o aumento do adensamento dos açazeiros, e até mesmo os plantios em monocultivo em algumas localidades,¹¹

¹¹ Inclusive com uso de fertilizantes e defensivos químicos, não podendo mais ser considerado um produto orgânico.

principalmente com espécies adaptadas à terra firme, e que geralmente não são muito apreciadas pelas comunidades locais, que conseguem identificar imediatamente as diferenças sensoriais. O manejo mais adequado também tem contribuído para a garantia da oferta do açaí fora da safra, mesmo que em menor quantidade.

Por se tratar de um fruto de alta perecibilidade (Sills et al., 2011; Rogez, 2000), o açaí deve ser beneficiado no mesmo dia ou então resfriado para alcançar mercados mais distantes. Localmente é consumido na forma de “vinho” (polpa) batido, principalmente acompanhado de complementos salgados (farinha, peixe ou charque) ou, ainda, com açúcar e farinhas de mandioca ou tapioca, sendo a base da alimentação de muitas famílias locais. Fora da região amazônica, é consumido na forma de polpa congelada, adicionada de outros produtos (frutas, guaraná, granola, entre outros).

Os contrastes entre as formas de consumo localmente e fora da região fazem com que se mantenham, na prática, dois principais modelos de produção e distribuição do fruto: um doméstico, para atendimento das famílias das áreas rurais e consumidores urbanos da região, que o consomem diariamente e batido na hora, e outro para atendimento das indústrias e distribuidoras que enviam o produto congelado e/ou seus derivados para outras regiões do país e do exterior. Esses produtos seguem padronizados e respondendo a padrões de qualidade e eficiência (Sonnino e Marsden, 2006).

As diferenças acima apresentadas são bastante presentes na fase atual da cadeia do açaí, uma vez que ela sugere, como relatam Sonnino e Marsden (2006), um novo processo de realocização de atividades econômicas e práticas, transformações territoriais e batalhas contestáveis em torno de convenções que, devido à mudança dos consumidores e do mercado, podem provocar mudanças tanto no mercado local quanto em outras regiões. Conforme destacado por Zaneti (2015), a inserção desses produtos na alta gastronomia brasileira se deu somente a partir de um processo de valorização de fora para dentro, ou seja, principalmente quando passaram a ganhar notoriedade internacional. Um exemplo típico de produto que teve primeiramente um interesse estrangeiro pela sua utilização foi a castanha do Brasil,¹² sendo o próximo caso abordado.

Castanha do Brasil (Bertholletia excelsa)

Produto que aproveitou a infraestrutura e atores ligados aos ciclos da borracha na Amazônia, era tradicionalmente explorado com foco na exportação, com diversos níveis de intermediação e chegando a ter 85% de sua produção vendida fora do Brasil (Diniz, 2008). No início dos anos 2000, a crise das indústrias exportadoras, principalmente devido aos rechaços da União Europeia pelos níveis de aflatoxina acima

¹² Também denominada “castanha do Pará”, é mais conhecida no mercado internacional por “castanha do Brasil” (*Brazil nut*). Porém, atualmente esta nomenclatura vem sendo contestada por outros países produtores da Pan-Amazônia, que consideram a denominação “castanha da Amazônia” mais justa e correta, principalmente Bolívia e Peru, que representam os maiores exportadores do produto, junto com o Brasil.

do permitido, em certa medida acabou contribuindo para a busca de alternativas de mercados locais.

Associado à crise da indústria, algumas das organizações sociais (associações e cooperativas) que conseguiram se reestruturar após vários projetos com financiamento internacional fracassados, começaram a se capitalizar. Em um primeiro momento, com o apoio de programas de compras institucionais (PAA modalidades formação de estoques e doação simultânea) e, posteriormente, a partir de um maior envolvimento das comunidades (principalmente mulheres, organizadas em associações) em atividades de pré-beneficiamento e beneficiamento local, com produção de biscoitos e farinhas à base de castanha para a alimentação escolar, como nos estados do Acre e Amapá.

Nesses estados também foram pioneiras as experiências de associações e cooperativas centrais que reúnem e beneficiam os produtos coletados por outras organizações locais, reduzindo a participação dos atravessadores, que durante muitos anos abasteceram os circuitos de intermediação até as indústrias exportadoras. Mesmo que essas ações já tenham provocado mudanças na cadeia, a estrutura de comercialização para atendimento das principais indústrias exportadoras ainda está ancorada em uma extensa rede de atravessadores, que mantém relações complexas com os extrativistas e que ainda coloca no mercado produtos com baixa qualidade e preços elevados para os consumidores finais de fora da Amazônia.

Diferentemente do caso do açaí, a cadeia da castanha teve início já com a exploração coordenada por empresas exportadoras, que, com recursos dos países importadores, financiavam toda uma rede de intermediação que se sustentou durante muitos anos a partir de práticas de aviamento¹³ e de patronagem¹⁴ (Diniz, 2008), em uma lógica de comercialização de produtos brutos e a granel (Sonnino e Marsden, 2006), sem nenhuma agregação local de valor. Quando a castanha é passada aos atravessadores em localidades próximas às áreas de coleta, maior é a diferença de preços entre o produto bruto e aquele que chega ao consumidor. Se o extrativista já consegue – individual ou coletivamente – transportar e reduzir a umidade da castanha, é quase garantido que consiga melhor qualidade e preço para o produto.

Após a criação de unidades de conservação, diversas associações e cooperativas foram instituídas, com o apoio de organismos internacionais, iniciando um processo de aproximação dos extrativistas com diferentes mercados. Acostumados, durante muito tempo, a seguir as ordens dos patrões para realizar as rotinas durante a safra da castanha, muitos extrativistas enfrentam até hoje diversas dificuldades para garantir a qualidade dos produtos nas condições de armazenamento e transporte da Amazônia. A participação das cooperativas extrativistas nas compras institucionais e em feiras da agricultura familiar tem permitido a identificação de novos mercados e produtos que

¹³ O financiamento da produção com base no aviamento teve o seu apogeu na Amazônia durante o primeiro ciclo da borracha (séculos XIX e XX), sendo caracterizado por uma cadeia hierarquizada com vários agentes e atores, que servia de suporte a relações comerciais complexas para o fornecimento de mercadorias a crédito em troca de produtos regionais (escambo) (Silva, 2010; Filocreão, 2002).

¹⁴ O termo patronagem empregado no contexto do extrativismo, principalmente na Amazônia, refere-se à relação de poder existente entre o patrão, aquele que tinha “o domínio do rio” e o extrativista, “isolado e eternamente preso à sua dívida” (Aubertin e Pinton, 2006).

podem interessar não apenas ao mercado institucional, mas também consumidores preocupados em adquirir alimentos muitas vezes detentores de selos de qualidade (ambiental, social e intrínseca), numa articulação de novas formas de associação/ organização política e de governança de mercado (Sonnino e Marsden, 2006).

Produtos da sociobiodiversidade no Cerrado: agroextrativismo e diversidade de produtos ainda pouco valorizados

Em diversas regiões do Cerrado, o extrativismo é complementar à atividade agrícola, tendo ajudado a manter diversas famílias no campo pelo incremento de renda que tem possibilitado nos últimos anos (Bispo, 2014). Com grupos bem organizados, muitas iniciativas do Cerrado tiveram o apoio da Rede Cerrado¹⁵ e hoje servem de referência para aplicação de políticas de promoção de cadeias em outros biomas. Entre as diversas associações e cooperativas criadas, principalmente em Minas Gerais, muitas mulheres e homens agroextrativistas passaram a se dedicar à coleta de espécies vegetais do Cerrado com finalidades comerciais. Diferentemente da Amazônia, durante muitos anos esta atividade era realizada exclusivamente para atender ao autoconsumo das famílias de agroextrativistas.

Os produtos do Cerrado selecionados para uma análise sobre sistemas agroalimentares alternativos e cadeias curtas foram o pequi (*Caryocar brasiliense*), com forte tradição principalmente nos estados de Minas Gerais e Goiás, e o baru (*Dipteryx alata*), fruto recentemente “descoberto” pela alta gastronomia nacional, mas ainda com pouca tradição de consumo pelas comunidades coletoras locais.

Pequi (Caryocar brasiliense)

O estado de Minas Gerais tem sido referência para se estudar diversos casos de cadeias curtas para o pequi, por ter sido o palco de diversas políticas locais e nacionais para estruturação da cadeia produtiva desta espécie do Cerrado, com destaque para a criação do Núcleo Gestor da Cadeia do Pequi e do Arranjo Produtivo Local no estado (Afonso, 2012).

Fruto de consumo tradicional e muito valorizado na culinária pela cultura sertaneja, pode ser classificado como um produto doméstico nas áreas rurais, mas também de comodidade em áreas urbanas da maioria dos estados que compõem o Cerrado. Somente recentemente, como resultado de diversas ações voltadas para a promoção do fruto, como festivais culturais, apoio a organizações sociais e desenvolvimento de novos produtos, que a cadeia do pequi tem possibilitado uma aproximação dos produtos e seus atores com outros públicos consumidores. Cândido, Malafaia e Rezende (2012) destacam que entre as principais cooperativas produtoras de pequi

¹⁵ A Rede Cerrado congrega mais de 330 organizações da sociedade civil que atuam na promoção do desenvolvimento sustentável e na conservação do Cerrado, representando trabalhadores e trabalhadoras rurais, extrativistas, indígenas, quilombolas, geraizeiros, quebradeiras de coco, pescadores artesanais, entre outros.

do norte de Minas (região do estado que produziu 25% do pequi no país em 2009), 80% comercializam localmente através do PAA, mas também conseguem escoar seus produtos para os grandes centros de consumo.

Outros usos para o pequi, como na indústria de cosméticos e farmacêutica, já despontam no mercado. É interessante se comentar o caso da Articulação Pacari, rede socioambiental formada por diversas organizações comunitárias que praticam medicina tradicional a partir do extrativismo de espécies do Cerrado. Apesar de não se tratar de processamento de alimentos, é uma das poucas organizações sociais de agroextrativistas do Cerrado dedicada a fitocosméticos e plantas medicinais, constituindo uma exceção em termos de agregação de valor por meio de produtos diferenciados, em circuitos alternativos de comercialização.

Ao pesquisar a inclusão de produtos tradicionais nos circuitos da alta gastronomia de Brasília, Zaneti (2015) constatou que o pequi não apresenta potencial de inserção nesse mercado, mas se comporta como um elemento impulsionador de uma busca dos chefs por outros frutos do Cerrado, como o baru, bastante citado pelos chefs de sua pesquisa e que vem aumentando sua presença nos cardápios de restaurantes de *haute cuisine*, apesar de ser pouco consumido pelas famílias coletoras. Assim, do contraste da tradição local e difícil aceitação em mercados mais sofisticados experimentados pelo pequi, passamos ao caso oposto e relativamente recente do baru.

Baru (Dipteryx alata)

Produto menos conhecido no mercado nacional, mas com cadeia emergente nas regiões de ocorrência, onde o fruto não possui tradição de consumo pelos seus coletores e nem pela população local, conforme observado por Bispo (2014) no Vale do rio Urucuia (MG). Nesta região, o baru e outros produtos da sociobiodiversidade do Cerrado, com exceção do pequi, ainda são coletados pelas famílias principalmente com finalidades comerciais, sendo pouco valorizados pela população local, uma vez que o baru era visto até recentemente como alimento para o gado, que apreciava o sabor adocicado do seu mesocarpo, mas que não conseguia comer suas amêndoas, que se assemelham em forma e sabor ao amendoim. O baru começou a ter demanda depois que alguns profissionais da gastronomia passaram a utilizá-lo como ingrediente em receitas sofisticadas. A espécie também fez parte das Fortalezas da Rede de Ecogastronomia Slow Food,¹⁶ por meio de duas associações do município de Pirenópolis (GO), mas que atualmente não estão mais atuando coletivamente.

Apesar de não possuir tradição de coleta e uso na região, o que é observado pelas práticas e ferramentas ainda incipientes, a cadeia do baru começa a se organizar, porém ainda encontra dificuldades para ações coletivas em algumas regiões. Em muitos casos, os coletores possuem autorização de fazendeiros locais para coletar os frutos nas suas propriedades. Antes esta coleta não era cobrada, porém, à medida que

¹⁶ Os projetos das Fortalezas do *Slow Food* buscam conectar produtores rurais isolados e mercados alternativos.

o fruto vai sendo valorizado, alguns proprietários já vêm solicitando pagamento pelo acesso às árvores de baru e/ou participação nas vendas.

A coleta e a quebra do baru tem merecido estudos para desenvolvimento de equipamentos, uma vez que as condições pouco ergonômicas (coletores precisam se abaixar para coletar os frutos no chão, geralmente em pastos), as dificuldades para quebra da casca tornam o trabalho com este produto pouco produtivo, o que encarece enormemente os custos de produção e, conseqüentemente, os preços, não apenas para o consumidor final, mas para outros atores intermediários.

Dentre os casos selecionados, o baru é aquele que mais carece de ações voltadas tanto para a valorização e o consumo locais, como para facilitar as condições para a organização em torno de sua coleta, beneficiamento e comercialização. A maior parte da transformação e comercialização para os consumidores finais é feita por empreendedores individuais. Os preços elevados com que o baru consegue chegar ao mercado são causados por dois principais fatores, em parte complementares: baixa oferta, em função das dificuldades de acesso e escoamento, e organização social inexistente ou incipiente nas regiões de ocorrência, que dificulta ações coletivas para coleta, transporte e beneficiamento do produto.

Como pontos em comum entre as quatro cadeias, pode-se destacar, pelo lado da produção, a associação entre o extrativismo e a agricultura, ou ainda com outras atividades, como a pesca para subsistência, especificamente no caso dos coletores de açaí. Pelo lado da comercialização, o aumento da demanda pelos quatro produtos também tem sido vetor de experiências interessantes de organização coletiva, desenvolvimento de produtos e construção de mercados alternativos nos dois biomas citados. Entretanto, por se tratarem de produtos e cadeias bastante sazonais e com diversos aspectos ambientais, socioeconômicos e tecnológicos ainda pouco conhecidos, diversos desafios se colocam à manutenção desses novos circuitos alternativos que tem surgido.

Desafios à sustentabilidade de cadeias curtas de produtos da sociobiodiversidade

As cadeias de produtos da sociobiodiversidade selecionadas neste capítulo – açaí, castanha do brasil, pequi e baru – representam realidades distintas daquelas geralmente abordadas na literatura sobre sistemas alimentares locais e alternativos, por se tratarem de produtos que, apesar de, na maioria dos casos, já possuírem importante consumo local, não apresentavam ainda uma organização em circuitos comerciais formais. Durante muitos anos fizeram parte do consumo das famílias de coletores, mas sem representarem oportunidades para o desenvolvimento rural local. Apenas a castanha do brasil já possuía interesse fora da região, mas a estrutura da cadeia, com longas redes de intermediários, era voltada quase que exclusivamente para a exportação. Os outros produtos apenas recentemente vieram experimentar demandas maiores pelos mercados externos, principalmente o açaí.

Os produtos da Amazônia passaram a experimentar uma valorização e ações para a promoção de suas cadeias, principalmente a partir de projetos internacionais que

associavam a valorização desses produtos florestais não madeireiros à conservação da floresta em pé. Já os produtos e o próprio bioma Cerrado, por estarem em constante disputa com os projetos de agronegócios priorizados para o centro-oeste e estados do nordeste e sudeste com ocorrência do bioma, se beneficiaram bem menos deste tipo de projetos aplicados à Amazônia. Além disso, enquanto que a Amazônia continua despertando o interesse dos mercados com produtos ofertados em larga escala, o pequi, principal produto da sociobiodiversidade do Cerrado, vem experimentando o desenvolvimento de sua cadeia, principalmente em Minas Gerais, com foco no atendimento ao consumo local, o que ainda não chega a ameaçar os sistemas de produção originais pelo aumento da demanda por esses produtos. Por outro lado, a concorrência com as atividades do agronegócio ameaça a manutenção dos recursos e das famílias que podem se beneficiar da venda desses produtos.

Em se tratando de novas formas de promoção e de comercialização dos produtos da sociobiodiversidade, destacam-se, tanto na Amazônia como no Cerrado, as cooperativas centrais de comercialização, a organização de festivais temáticos locais e a promoção de feiras de produtores, com o apoio de governos municipais, estaduais e federal, além de alguns pontos de venda especializados, de iniciativas privadas, onde esses produtos são comercializados *in natura* e processados, possibilitando uma maior divulgação sobre suas propriedades e formas de produção, assim como o contato com novos produtos.

Adicionalmente, quando se consideram as possibilidades de inserção desses produtos nos mercados institucionais, principalmente via PAA e PNAE, diversos desafios se apresentam.¹⁷ O primeiro deles está ligado ao fato de a maioria das políticas ainda se apoiar em estruturas econômicas, comerciais e de abastecimento clássicas, geralmente baseadas no modelo de uma região geralmente mais desenvolvida. Sonnino e Marsden (2006), considerando o contexto europeu após a reforma na Política Agrícola Comum (PAC), destacam a necessidade de situar os sistemas agroalimentares alternativos nos seus contextos regulatórios, institucional, sociocultural e espacial. É imprescindível, portanto, se reconhecer as especificidades estruturais e socioculturais regionais para que a inserção desses produtos seja garantida na alimentação das escolas e entidades locais, principalmente via abastecimento dos produtos *in natura*, o que reduziria os custos logísticos, mas também a partir de produtos derivados, que poderiam ser produzidos não apenas com foco nos mercados externos.

Outro desafio está relacionado à existência de uma grande variação da produção de um ano a outro, impedindo que as organizações agroextrativistas assumam contratos regulares, até mesmo com os mercados institucionais, que exigem fornecimento constante ao longo do ano. Essas alterações nos ciclos produtivos já são conhecidas pelas comunidades tradicionais, mas ainda permanecem distantes do conhecimento dos clientes que demandam fornecimentos regulares. É necessário compreender os ciclos produtivos e criar condições comerciais que estejam adaptadas a essas variações.

¹⁷ Para mais informações sobre os desafios que enfrentam atualmente as comunidades agroextrativistas para produzir e comercializar seus produtos, recomenda-se a leitura de detalhado material elaborado por Simoni (2012), publicado pelo Instituto Sociedade, População e Natureza (ISPN).

Também é importante evitar que os processos de realocização da produção e do consumo de alimentos, no caso dos produtos da sociobiodiversidade, não sejam apropriados por aquelas organizações mais estruturadas, como relatado por Deverre e Lamine (2010), para algumas regiões dos EUA, onde programas de fornecimentos de alimentos para as escolas pelos produtores locais (*farms-to-school programs*) acabaram sendo desenvolvidos somente naquelas coletividades com melhores condições produtivas e logísticas. Esta situação também é observada no Brasil, sendo imprescindível se garantir que outros grupos locais sejam incentivados e apoiados, porém com o cuidado de não deixar esses agroextrativistas dependentes exclusivamente dos mercados institucionais. Para Sonnino e Marsden (2006), um melhor entendimento conceitual dos canais alternativos de alimentos é necessário para desenvolver mecanismos regulatórios que consigam sustentar as práticas (alternativas) associadas, como na convencionalização da agricultura orgânica.

As diferentes oportunidades para as cadeias curtas, não apenas nos mercados locais, devem ser buscadas. Mas também é importante se reconhecer e garantir as interações, entre produtores e consumidores de diferentes sistemas complementares, conforme proposto por Fournier e Touzard (2013). Deve-se considerar que a valorização local de produtos específicos, como os produtos da sociobiodiversidade, mesmo que não garanta e não se dê exclusivamente em locais próximos à produção, continua representando uma importante estratégia de geração de renda – e, portanto, de melhores condições de consumo e alimentação para as comunidades produtoras. O desafio é garantir que os agroextrativistas continuem inseridos nesses circuitos não apenas como fornecedores, mas também como consumidores, pois, como mencionam Tregear et al. (2007), mais importante do que a oferta do produto em si, é a identidade territorial e suas associações com o produto, que estão na base da geração de valor e que permitem sua reprodução social.

Por fim, propõe-se uma agenda de estudos, com alguns temas que poderiam ser aprofundados, a fim de fornecer um maior entendimento sobre as especificidades dessas cadeias e, conseqüentemente, se promover/acompanhar processos de encurtamento dos níveis de intermediação entre agroextrativistas e consumidores finais. Tão importante quanto estudos e ações com foco na melhoria das condições de coleta, escoamento e beneficiamento, está a demanda por uma apuração de custos de produção mais realistas para os produtos da sociobiodiversidade. Sabe-se que, na maioria dos casos, os preços mínimos propostos pela PGPMBio (Política de Garantia de Preços Mínimos para Produtos da Sociobiodiversidade) estão aquém daqueles oferecidos pelo(s) mercado(s).

Além disso, é essencial que sejam estudadas diferentes estratégias para a ampliação da participação de alguns destes produtos no consumo local, para uma maior valorização e consumo junto às famílias extrativistas, possibilitando mudanças culturais e incrementos nutricionais. Essas estratégias podem ter foco na produção, ao se incentivar pesquisa e desenvolvimento de novos produtos derivados destas espécies, mas também podem focar nas diferentes formas de consumo. Para que estas propostas de estudos sejam viabilizadas, é fundamental que seja conseguida uma integração entre instituições e políticas públicas já existentes, não apenas nos ministérios e órgãos diretamente en-

volvidos, como MDA, MDS e MMA. A título de exemplo, as pesquisas voltadas para a melhoria da qualidade do açaí (Rogez, 2000) não somente impulsionaram a inserção desse produto em outros mercados fora da região amazônica, como também possibilitaram identificar os gargalos à redução dos riscos de consumo, principalmente para os consumidores das áreas urbanas, garantindo a manutenção de uma das mais peculiares estruturas de cadeia curta do país.

Referências

- AFONSO, S. R. *A política pública de incentivo à estruturação da cadeia produtiva do pequi (Caryocar brasiliense)*. Tese (Doutorado em Ciências Florestais). Faculdade de Tecnologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2012.
- AUBERTIN, C.; PINTON, F. Des nouvelles frontières du développement durable: la construction des espaces de droits en Amazonie brésilienne. *Colloque International Les frontières de la question foncière: enclassement social des droits et politiques publiques*. 17-19-mai, 2006. ENSAM/INRA, Montpellier.
- BISPO, T. W. *Agroextrativismo no Vale do rio Urucuiá-MG: formas de organização da produção e da distribuição*. Dissertação (Mestrado em Agronegócios). Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, Universidade de Brasília, Brasília, 2014.
- BRASIL. *Plano Nacional de Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade*. Brasília: MDA, MMA, MDS, 2009.
- CÂNDIDO, P. A.; MALAFAIA, G. C.; REZENDE, M. L. A exploração do pequi na região norte de Minas Gerais: abordagem por meio do Sistema Agroalimentar Localizado, *Revista IDEAS*, v. 5, n. 2, p. 118-138, 2012.
- CERDAN, C.; SAUTIER, D. Systèmes d'intermédiation et valorisation économique des produits. In: CARON, P.; SABOURIN, E. (Coord.). *Paysans du sertão: mutations des agriculteurs familiales dans le Nordeste du Brésil*. Montpellier: CIRAD/Embrapa, 2011, p. 135-152.
- CHAFFOTTE, L.; CHIFFOLEAU, Y. Circuits courts et vente directe: définition, typologie et évaluation. *Cahiers de l'Observatoire CROC*, n. 1, février, 2007.
- CIALDELLA, N.; NAVEGANTES, L. La rouée vers l'açaí. *Revue Tiers Monde*, n. 220, p. 121-138, oct./dec. 2014.
- COCKS, M.; LÓPEZ, C.; DOLD, T. Cultural importance of non-timber forest products: opportunities they pose for bio-cultural diversity in dynamics societies, In: SHACKLETON, S.; SHACKLETON, C.; SHANLEY, P. (Ed.). *Non-timber forest products in the global context*. Heidelberg: Springer, 2011.
- DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (Org.). *Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura*. Curitiba: Kairos, 2013, p. 139-170.
- DEVERRE, C.; LAMINE, C. Les systèmes agroalimentaires alternatifs. Une revue de travaux anglophones en sciences sociales. *Économie Rurale*, n. 317, p. 57-73, 2010.
- DIEGUES, A. C. S. Sociobiodiversidade. In: FERRARO JUNIOR, L. A. (Org.). *Encontros e Caminhos: Formação de Educadoras(es) Ambientais e Coletivos Educadores*. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2005, p. 305-312.

- DINIZ, J. D. A. S. *Avaliação-construção de projetos de desenvolvimento local a partir da valorização dos produtos florestais da Amazônia brasileira: caso da castanha-do-brasil*. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável). Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2008.
- FAO. Report of the International Consultation on Non-Wood Forest Products. Yogyakarta, Indonesia, 17-27 January, 1995. Rome, 1995.
- FERRARI, D. L. *Cadeias agroalimentares curtas: construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina*. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural). Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.
- FILOCREÃO, A. S. M. *Extrativismo e capitalismo na Amazônia: a manutenção, o funcionamento e a reprodução da economia extrativista do sul do Amapá*. Macapá: Secretaria de Estado do Meio Ambiente, 2002.
- FOURNIER, S.; TOUZARD, J.-M. SYAL et globalisation: quelle valeur heuristique de l'approche SYAL pour appréhender la complexité des systèmes alimentaires? In: CONGRESSO INTERNACIONAL SISTEMAS AGROALIMENTARES LOCALIZADOS, 6., Florianópolis, 2013. *Anais...* Florianópolis: [s/n], 2013.
- GRIVINS, M.; TISENKOPFS, T. *Global and local wild blueberry supply chains in Latvia*. Riga: Baltic Studies Centre, 2014. Disponível em: <<http://www.glamur.eu>>. Consultado em 07/06/2015.
- HOMMA, A. K. O. *O extrativismo vegetal na Amazônia: limites e oportunidades*. Brasília: Embrapa, 1993.
- LAMINE, C. Sustainability and resilience in agrifood systems: reconnecting agriculture, food and the environment. *Sociologia Ruralis*. Vol 55, Number 1, January 2015.
- MAGALHÃES, R. M. *Obstáculos à exploração do baru (*Dipteryx alata* Vog.) no Cerrado Goiano: sustentabilidade comprometida?* Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável). Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.
- PLOEG, J. D.; JINGHZONG, Y.; SCHNEIDER, S. Rural development through the construction of new, nested, markets: comparative perspectives from China, Brazil and the European Union. *The Journal of Peasant Studies*, v. 39, n. 1, p. 133-173, jan. 2012.
- RENTING, H.; MARSDEN, T. K.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A*, v. 35, p. 393-411, 2003.
- ROGEZ, H. *Açaí: preparo, composição e melhoramento da qualidade*. Belém: EDUFPA, 2000.
- SILLS, E.; SHANLEY, P.; PAUMGARTEN, F.; DE BEER, J.; PIERCE, A. Evolving perspectives on non-timber forest products. In: SHACKLETON, S.; SHACKLETON, C.; SHANLEY, P. (Ed.). *Non-timber forest products in the global context*. Heidelberg: Springer, 2011.
- SILVA, J. R. *Redes de aviação da borracha e a organização espacial de Fortaleza do Abunã/Amazônia*. Dissertação (Mestrado em Geografia). Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Federal de Rondônia, Porto Velho, 2010.
- SIMONI, J. *Entraves regulatórios na produção agroextrativista*. ISPAN, 2012. Disponível em <http://www.ispn.org.br/arquivos/entraves005_r1eWeb.pdf>.
- SONNINO, R.; MARSDEN, T. Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. *Journal of Economic Geography*, 6, p. 181-199, 2006.

TELLES, R.; STREHLAU, V. I. *Canais de Marketing e Distribuição*. São Paulo: Editora Saraiva, 2006.

TREGEAR, A.; ARFINI, F.; BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A. Regional foods and rural development: The role of product qualification. *Journal of Rural Studies*. 23 (2007) 12–22.

ZANETI, T. B. *Das panelas das nossas avós à alta gastronomia*. Jundiaí: Paco Editorial, 2015.

Camponeses-comerciantes da Serra do Botucaraí: culturas sociais, cultivos na terra e territorialidades étnicas – centro-norte do RS

João Carlos Tedesco

Introdução

Análises das últimas duas décadas vêm demonstrando uma variada riqueza de interpretações sobre os processos sociais, produtivos e mercantis agrários, principalmente os que envolvem estratos produtivos de reduzida estrutura fundiária, mais conhecidos como agricultores familiares, tanto em nível de Brasil, quanto fora dele, em particular, na Europa.

A dinâmica da globalização produtiva e dos mercados e a sua tentativa de homogeneizar os seus processos econômicos, tecnológicos e de circulação de produtos encontrou/a uma gama de experiências e (situ)ações de contrapartida e/ou estratégias de enfrentamentos, uma multiplicidade de racionalidades produtivo-mercantis no meio rural (agrícola e não agrícola) que denotam uma outra lógica de funcionamento e que buscam maximizar fatores que revelam inventividades, valorização das tradições e costumes, de saberes e relacionamentos no trato das trocas mercantis, formas alternativas de

consumo, em âmbito local, com a simbologia da qualidade diferenciada, imprimindo relações e contatos de proximidade nas relações entre produtores e consumidores.

Muitas pesquisas demonstram a *multifuncionalidade* da agricultura familiar, pluriativa ou não (Carneiro e Maluf, 2010; Schneider, 1999; Cazella, Bonnal e Maluf, 2009; Wanderley, 2003; Schneider e Niederle, 2008; Cazella e Carrière, 2006, dentre outros), em particular, pelo fato de diversificar produções e atividades, trabalhar com forte presença de mão de obra familiar, interagir em sintonia com o ambiente natural (paisagens, matas, águas, etc.), encontrar canais alternativos para a venda de seus produtos, conservar e dinamizar valores e sociabilidades humanas no seu entorno social. Estaremos lidando com a noção de *agricultor familiar* de uma forma ampla, como um sujeito que dinamiza processos étnicos em sua esfera produtiva e mercantil. Nesse estudo não estaremos enfatizando as performances e diferenciações e, sim, seus dinamismos, suas estratégias, suas racionalidades, seus saberes e intercorrelações externas e entre os atores sociais que compõem a Rota dos Tendeiros da Serra do Botucarái.

A discussão analítica e empírica girará em torno de noções de saberes tradicionais, coletividades territoriais, culturais e sociotécnicas que atuam num território específico, em redes e inter-relações econômicas, de produção, difusão e aplicação de saberes em produtos considerados “típicos”. O pano de fundo será em torno das noções de proximidade e de circuitos curtos (Marsden e Smith, 2005; Pecqueur e Zimmerman, 2004), envolvendo territorialidades locais/regionais das práticas e dos sujeitos, redes de relações, vínculos mercantis que se integram e são dinamizados no horizonte dos pequenos agricultores familiares, que se cruzam/sociabilizam e interagem em seu cotidiano.

Nesse sentido, entendemos que *atores territoriais* (coletividades étnicas, membros de uma rota, um coletivo em associação para efetivar processos produtivos e mercantis) promovem relações econômicas a partir de *tradições locais* (essas, narrativamente, transportadas pelo tempo e em espaços não definidos no local),¹ em interações com processos relacionais do mundo global (mercados, padronizações, informações, tecnologias produtivas, etc.) e que constroem identificações geográficas (Niederle, 2011) pela promoção de produtos típicos, reforçando dimensão identitária do produto, como forma de otimizá-los nos canais mercantis que os sujeitos encontram.

A dinâmica da cadeia alimentar dos mercados de circuitos curtos será nossa tônica. Vários autores estão colaborando nessa dimensão conceitual e analítica agregada a uma rica e redefinida interpretação no campo da sociologia dos mercados, tendo, para o caso específico, unidades familiares de produção no meio rural.² Nesse campo

¹ Identificações translocais e transtemporais tendem a produzir *novos* espaços e *velhos* tempos. Por isso os espaços se *localizam*, há um fator locacional que se territorializa como resultado de estratégias de grupos e sujeitos que se definem na produção e identificação de coletividades, em geral, ao redor de uma mesa, no sabor dos produtos e na transposição temporal imaginária de grupos étnicos. Os *territórios étnicos* não se definem unicamente no espaço local; há interações endógenas e exógenas, alocação, incorporação e criação de recursos, os quais se expressam em fatores considerados da “tradição” dos grupos envolvidos, mas em interação e alteridade.

² Um breve artigo não nos permite adentrar em discussões nesse campo e suas múltiplas correlações com a antropologia econômica, a geografia humana e a sociologia dos atuais processos sociais agrários. Na realidade, está se constituindo um campo muito fértil de discussões interdisciplinares sobre a dinâmica das práticas produtivas e mercantis em circuitos considerados não convencionais de mercado que, também,

de discussão, no qual não está baseada só a dimensão da troca, reconstitui-se uma dinâmica relacional em que os atores sociais envolvidos (produtores, consumidores, mediadores e representações institucionais e informais) reconfiguram enraizamentos territoriais, relações ecossociais e culturais regionais/locais, trocas mercantis diretas, saberes que identificam sujeitos e se expressam (corporificam-se) nos produtos, valores morais e critérios de qualidade alimentar, dentre uma série de outros elementos.

Território de análise empírica

A Rota dos “Tendeiros do Pinhão”, na Serra do Botucará, na sua grande maioria, é formada por caboclos, que desenvolvem uma pequena agricultura de base familiar e que buscam comercializar seus produtos na beira da rodovia (BR-386). Os tendeiros são, na sua grande maioria, moradores de comunidades rurais próximas da referida rodovia nos municípios de Soledade, Fontoura Xavier, Mormaço, São José do Herval, totalizando em torno de 50 tendas³ com funcionamento normal e sequencial, tendo algumas outras em apenas alguns períodos do ano, ocupando numa extensão de, aproximadamente, 12 km de rodovia, de ambos os lados.



Figura 1. Município de Fontoura Xavier, espaço central de nossa análise empírica.

Fonte: <https://maps.google.com.br/maps?hl=pt-BR>. Elaboração final de Humberto José da Rocha.

muitos deles, não são de agora, mas ganham dinamos frente às redes do mercado que a globalização produtiva e das trocas imprime. Para efeito de informação, elencamos alguns autores, junto com vários outros, que estão aprofundando essa temática toda: Marsden (1998), Sonnino e Marsden (2006), Ploeg (1992), Long (2001), Wilkinson (2008), Goodman (2003), Pecqueur e Zimmermann (2004), Schneider (2006) e Granovetter (1994).

³ Dados atualizados em pesquisa de campo, em 15 de agosto de 2015.



Figura 2. Extensão da BR-386 e os pontos B e C indicando a região da presença dos “Tendeiros do Pinhão”.

Pontos: A – Iporá do Oeste-SC (Km 0); D – Canoas-RS (Km 449).

Fonte: <https://maps.google.com.br/maps?hl=pt-BR>. Elaboração final de Humberto José da Rocha.

O município de Fontoura Xavier, seu epicentro, possuía (em 2014) uma população em torno de 12 mil habitantes, com mais de 60% residindo no meio rural. É uma região habitada, em grande parte, por caboclos oriundos das estâncias pastoris de Soledade (seu município-mãe), bem como das regiões de matas da Serra do Botucaraí, da região de Cruz Alta. É um território constituído, em grande parte, por uma topografia montanhosa e algumas coxilhas e terras planas, essas últimas, no topo da serra, com a presença de muitos campos nativos para a criação de gado e matas com grande presença da araucária (o pinheiro, como é conhecido). Atualmente, grande parte das coxilhas e terras planas de campo, de histórica presença da cultura pastoril (criação extensiva de gado), está sendo substituída pela produção de cereais (milho, trigo e soja), em geral, por grandes proprietários fundiários e/ou arrendatários. Porção significativa das terras montanhosas, nas últimas três décadas, vem sendo objeto de exploração extrativista das pedras preciosas por empresas multinacionais e regionais, com grande destaque no município de Soledade. Esse município é considerado o maior centro de pedras preciosas do Brasil.

Os tendeiros, em sua história na região, formam unidades familiares com grande trajetória de trabalho na cultura pastoril e do extrativismo da erva-mate, do pinhão e da madeira; são unidades familiares que, com as transformações da cultura pastoril para a de cereais (pós-anos 1970), muitos delas saíram dos trabalhos nas fazendas de gado e adquiriram pequenas porções de terra na região. Esses tendeiros formam unidades produtivas variadas, uns “mais fortes”, outros “mais fracos”, como nos disse a presidente da Associação dos Tendeiros em entrevista; alguns há mais tempo, outros menos, uns com “mais terra, inclusive, não por aqui perto”; outros, com pequenas porções; uns trabalham mais na agricultura e têm nas tendas (co-

mércio na BR) apenas uma complementaridade mercantil de seus produtos; alguns “nem sempre abrindo a tenda”, só em momentos de maior oferta de produtos da roça e do pinheiro; outros têm nas atividades agrícolas apenas alguns produtos que poderão ser vendidos nas tendas, como é o caso do feijão e abóboras. Há processos que obedecem a dinâmicas que são próprias da vida e das condições dessas unidades familiares, das temporalidades em que o “comércio na estrada dá mais do que vender para os atravessadores e os mercadinhos da cidade”. Muitos desses sujeitos sociais possuem experiência de comerciantes “de beira de estrada” há mais de 70 anos, prática essa que se reproduz entre gerações.

Dito isso, de uma forma sintética, nesse panorâmico texto, buscamos reconstituir aspectos que revelam que há uma preservação de agricultores familiares (no trabalho e nas relações sociais, tendo a família como base e a agregação de saberes tradicionais de seu patrimônio cultural, ainda que, em boa parte, envoltos nas dinâmicas mercantis convencionais), expressa também em práticas empreendedoras com base em produtos e matérias-primas da terra, com reduzida estrutura fundiária e forte presença de mão de obra da família em suas confecções, múltiplas interações e reciprocidades entre vizinhos e no interior da rota.



Figura 3 e 4. Tendas às margens da BR-386, no município de Fontoura Xavier (RS). Nas tendas, percebe-se a existência de tapetes em couro, fruto de saberes nas lidas nas fazendas de gado, características da região até algumas décadas atrás.

Fonte: Pesquisa de campo.

Buscamos analisar práticas produtivo-mercantis na ótica dos horizontes de proximidade, em cadeias curtas, as quais envolvem um conjunto de referências com o território, o interconhecimento, saberes tradicionais, enraizamento territorial, contato direto com os consumidores, estratégias para otimizar e atrair consumidores no campo dos circuitos alimentares de qualidade (economia da qualidade), relações ecossociais regionais/locais, ressocializações entre produtores (esse, entre si) e consumidores imprimindo valores morais, tradicionais, estéticos, dentre outros ao consumo alimentar.⁴

⁴ Aqui as referências são múltiplas. Muitas delas estão presentes nessa coletânea. Apenas para citar alguns autores (os quais estão referidos na bibliografia final), que serviram de base teórica para nosso sintético

As técnicas de pesquisa utilizadas foram entrevistas abertas e contatos diretos com tendeiros nos locais da referida rota na BR-386, com representantes da esfera pública municipal (Secretaria da Fazenda, setor de Marketing e Comunicação, Secretaria da Agricultura), Emater e outras entidades envolvidas (Sindicatos de Trabalhadores Rurais, Associação dos Tendeiros do Pinhão). Os questionários continham perguntas (ou eixos temáticos) em torno dos vínculos histórico-culturais com alguns produtos, processos organizativos e de saberes, dinâmicas e estratégias mercantis, festejos comunitários, recursos da natureza como fonte de atração, “vendas casadas” de produtos, a evolução dos processos mercantis e organizativos, as múltiplas formas de venda (casa, nas cidades da região, nas pequenas agroindústrias e nas tendas na rodovia), rentabilidade financeira, as mediações e assessorias externas, os conhecimentos sociotécnicos, dentre outros. Participamos também de duas edições da Festa do Pinhão de Fontoura Xavier, fizemos entrevistas, em duas oportunidades, com a presidente da Associação dos Tendeiros; visitamos praticamente todas as tendas, inclusive algumas, em mais de uma oportunidade, com a intenção de perceber as formas de contato e atendimento com os consumidores, na busca de informações sobre dados econômicos e demográficos dos tendeiros e sua contribuição econômica para o município, a dinâmica de solidariedade e sentido coletivo dos tendeiros, etc.⁵

O problema de pesquisa gira em torno dos fatores que mobilizam e transtemporalizam um *ethos* caboclo,⁶ ligado à terra, às lides pastoris, ao redor da família como unidade produtiva e de transmissão de saberes, que implicam questionamentos do tipo: de que forma esses processos são otimizados na esfera mercantil? De que modo os saberes “antigos”, os produtos denominados “crioulos” e características tradicionais da vida desse grupo são valorizados e referenciados nos processos de troca?

estudo, remetemos às ricas análises de Marsden, Pecqueur, Cerdan, Sabourin, Long, Murdoch, Marsden, Banks, Schneider, Wilkinson, Leriche, Ferrari, dentre muitos outros.

⁵ No presente espaço não temos condições de delinear os processos utilizados e nem suas análises conclusivas de uma forma mais ampla. Remetemos ao nosso livro, *O futuro do passado: etnicidade, comércio e vida rural. Tradições culturais em rotas turísticas* (Tedesco, 2013). Nesse, analisamos também outras rotas. Continuamos pesquisando o tema, atualizando dados, contatos (entrevistas), participando de seus processos associativos e festivos, principalmente na Rota das Salamarias, na Encosta Superior do Nordeste do RS, na Rota dos Tendeiros do Pinhão e de Cainhos de Pedra em Bento Gonçalves.

⁶ A referência à noção de *ethos* busca enfatizar um modo de ser, uma característica que identifica, historicamente, determinados grupos sociais; é um processo que auxilia na delimitação de uma identidade social de grupos, que configura uma história incorporada e que se relaciona no tempo com os referenciais que o produziram. No caso em questão, o caboclo, entende-se como horizonte étnico, mas também em suas relações com processos culturais mais amplos, os quais se referenciam ao trabalho ligado a terra, sua relação com a natureza (plantas, água, matas, terra), à noção de propriedade privada da terra, às crenças em torno de uma cultura religiosa considerada “popular”, aos saberes que vão se reproduzindo com forte dimensão de uma economia que se desenvolve a partir de referenciais que os mesmos estruturam e otimizam e que está em correspondência com os limites que o processo histórico de subalternização, que lhe foi imposto por vários sujeitos, produziu. Uma discussão sobre a noção de *ethos* pode ser encontrada em Bourdieu (1998).

Um *ethos* caboclo entre a produção e a troca

O comércio “de beira de estrada”, segundo entrevistados, de uma forma mais intensa, começou em meados da década de 1960. Nesse período, já houve a colocação de pequenas tendas de madeira e lona. Conforme o depoimento de Juraci da Silva, tendeira há mais de duas décadas, “Vimos que começou a dar certo; já estávamos vendendo nas cidades da região e também nas casas. [...] Vínhamos de carroça para vender, pois necessitávamos daquela venda para sustentar nossa família”. Com a concretização da referida BR, entre as décadas de 1960 e 1970, os caboclos ampliaram os negócios e a produção agrícola; passou a haver maior possibilidade de venda; aos poucos foram acontecendo melhorias e ampliações da infraestrutura e dos produtos ofertados.

No período, grande parte da pequena agricultura se baseava no milho, feijão, fumo e mandioca; o extrativismo da erva-mate, da madeira e do pinhão era intenso e a pecuária era desenvolvida para consumo interno. Muitos dos atuais tendeiros trabalhavam no interior das fazendas de gado na região até os anos de 1950 e 1960.

Com a grande circulação de carros na BR-386, fizemos tenda de madeira para vender produtos que plantávamos na roça, vinha o vento derrubava tudo e tinha que montar tudo de novo. [...] Eu lembro que meu pai me mandava ir lá cuidar a tenda, eu tinha medo de ser assaltado, tinha medo dos motoristas, aqui era puro mato; a tenda ficava meio dentro do mato porque diziam que o governo não deixava vender na beira da rodovia. [...] Não tinha organização, né, hoje tem. Cada um que tinha pinhão, mel, mandioca, uma carne seca, amendoim, qualquer coisa, vinha aqui, botava um barraco e vendia. [...] Era uma maneira de sustentar os filhos, a família, né, hoje não, tá organizado, não é qualquer um mais, as leis também dificultaram, foi uns anos atrás, quando veio o pedágio, que corremos o risco de ir todos embora. [...] Meu pai era do campo, né, do gado; ele veio pra cá porque o trabalho ficou escasso lá, depois eu segui, e quero que minha filha siga aqui também; isso vai passar de pai pra filho, se Deus quiser.⁷

Não obstante suas diferenciações, todos os entrevistados disseram que sempre tiveram relação com a produção agrícola. “Na agricultura se tira sempre alguma coisa pra vender aqui”; “se criamos todos na roça, plantando e vendendo, uns produtinho hoje, outros amanhã, mas sempre teve”; “já é mais de 40 anos que vendemos coisa aqui, mas na roça, é desde sempre”; “uma abóbora, um feijão, alho, frutas, tomate, um milho verde, uma farinha, um salame, uma galinha caipira, sempre saiu da terra e veio pra cá”; “a roça é o ponto que une todos aqui, todos têm uma rocinha, somos então do campo e da roça, por isso que todos aqui somos unidos”; “eu vou roçar e plantar feijão aqui na frente, na beira da rodovia, o pessoal vai ver como dá feijão aqui”; “eu tenho mais de mil quilos de feijão pra vender, isso se vai em nem um mês; aqui sai uma barbaridade”; “eu prefiro a roça, aqui tem dias que não dá nada, é um dia perdido, na roça não, tu tá sempre fazendo”.⁸

⁷ Fragmentos de entrevistas sobre a evolução das tendas e da dinâmica mercantil na referida rodovia.

⁸ Fragmentos de entrevistas que revelam a relação dos produtos com a tradição e as condições dos sujeitos em questão.

Há uma territorialidade que vai sendo produzida também pelas relações de trabalho e de produtos identificados. “O caboclo, o brasileiro, né, esse sempre teve no feijão o produto certo, né, tendo feijão na mesa, tá feita a refeição”. Poderíamos dizer que há um *território do caboclo* na região que se identifica com produtos, com a mata, com os campos, com a madeira, com o formato de vida impresso e que identifica a região, o qual o integra também na vida mercantil, como tendeiros, exercendo, muitas vezes, a função de comerciante, ou seja, daquele que compra de pequenos produtores da região que “não conseguem botar sua tenda, esses vendem pra nós”.

Verificou-se pelas narrativas que muitas mulheres começaram a vender produtos artesanais que elas mesmas faziam, de trança de palha, para montarias de cavalo e para os carroceiros. Segundo Terezinha da Silva, tendeira de 65 anos, “sempre fizemos muito produto de couro, é do feitio antigo nosso aqui né; [...] resolvemos vender produtos que a gente aqui plantava, da rocinha, e deu certo, outros foram também botando”. Em algumas famílias de camponeses, “o marido lida mais na roça e a mulher é que atende nas tendas; algumas tendas são vistas como ‘das mulheres’. Isso vem desde o início, quando muitas delas iam na cidade vender os produtos”.

A agricultura de pequena escala e diversificada, em correspondência com a topografia e a reduzida estrutura fundiária (dos entrevistados, o que mais possuía terra, totalizava 12 ha), encontrou nas possibilidades de comércio “de beira de estrada” um processo sinérgico, ampliado de referenciais, indutor de novas alternativas (artesanato em couro, argila, madeira, etc.), de divisão de trabalho e de saberes no interior das unidades. Ao mesmo tempo, todos os entrevistados enfatizaram a importância “da roça”, de ter um espaço para plantar: “sem plantar a renda é mínima; aqui a gente usa mais o braço, então dá um lucrinho. A gente tira muito do mato, o pinhão, o nó [de pinho], a lenha, a erva, agora estamos também fazendo ervas pra chá, tudo aqui é coisa que a gente já se envolvia. Os que compram gostam de nossos produtos porque eles vêem que é natural e é o que eles tinham na mesa uma vez” (entrevista direta com tendeira em São José do Herval). A divisão do trabalho, com alternância entre roça, casa, tenda, venda em feiras das cidades da região e em casa, faz parte de horizontes das condições de cada família, da organização interna, de saberes desenvolvidos no interior do grupo e das famílias.

Segundo a presidente da Associação dos Tendeiros do Pinhão, em entrevista,

Isso aqui é coisa bem antiga, os avós aqui falam que tinha já nos anos 40 ou 50. As famílias viam na venda uma forma de ganhar dinheiro, de comercializar o que conseguiam plantar num pequeno pedaço de terra, vendiam bastante feijão, pinhão, erva, madeira, coisas que eles sempre souberam fazer. O pinhão é o ponto forte, mas tem outras coisas que são típicas também da região, do pequeno produtor aqui, que, como tu vê, é tudo terra muito dobrada, de serra, daí plantam ainda coisas que não têm mais em outros lugares onde é só soja; a erva daqui dizem que é muito boa, as frutas, mas o pinhão é que é muito procurado, o mel, o feijão, os salames com carne de porco criado solto, as abóboras, tem também muito artesanato feito aqui, outros vem de fora.

Confecções em cerâmica, bordados, tecelagem, derivados de suínos criados às soltas fazem parte do acervo produzido e ofertado nas tendas e que revelam sabe-

res. Nas entrevistas com Alaídes da Rosa (a mais idosa, com 80 anos), ficou clara a dimensão das interações entre tendeiros, “ninguém concorre entre nós, os que têm mais dinheiro compram mais, têm mais mercadorias, outros menos, mas isso não faz olho gordo em ninguém; todos sabem que somos iguais e que precisamos todos disso aqui. Por isso um ajuda o outro e tentamos produzir na roça o produto crioulo, né”. Interlocutores disseram que há práticas de solidariedade, intercâmbio de informações, participação conjunta para preparar a Festa do Pinhão; “quando aprendemos a fazer vasos com cerâmica, foi todo mundo que fez os cursos, quem sabia mais ensinou pro outro depois daí”. Na narrativa da mesma, “quando um tem mercadoria da roça e outro não tem, entre nós mesmos se compramos, alguns trocam ou emprestam, para vender nas tendas, na cidade de Soledade, nas feiras dos pequenos agricultores, pra todo o lugar que vamos”.



Figura 5. Produtos de montaria de cavalos e outros de couro expressam a vida laboral nas estâncias pastoris dos caboclos na região.

Fonte: Pesquisa de campo.

No final do século XX, com a modernização da rodovia e as melhorias nas condições de vida dos pequenos agricultores-comerciantes, os processos de comercialização foram ampliados, principalmente com o artesanato em couro, o qual é expressivo da vida na fazenda pastoril regional e de muitos dos atuais tendeiros.

Artesanatos confeccionados em madeira, produtos da “comida cabocla” – como nos disse uma tendeira – a erva-mate e o feijão, dentre outros, representam horizontes da tradição, do “crioulo” e obedecem a processos sociotécnicos de saberes e conhecimentos elaborados que são transmitidos, dinamizados, adaptados e intercambiados através de canais informais e por meio de cursos que são feitos por tendeiros/as (viabilizados pela Emater, prefeitura e outros), principalmente na

confeção de vasos, produtos em couro, artesanatos domésticos (tecidos, palhas, vimes, madeira, couro, bordados, etc.) e produtos alimentares (pães, mel, melado, rapadura, doces, cuca, salames, etc.), bem como em torno da conservação de produtos para não carunchar, como é o caso do feijão, pinhão, arroz, farinha de milho, dentre outros. “Tem restaurante aqui que faz a comida crioula, do caboclo, com feijão bem temperado, a quirera na costela em molho, abóbora, arroz campeiro, enfim, tudo no fogão campeiro, na lenha”, faz questão de enfatizar o dono de um restaurante na referida rota.

No interior da cadeia produtiva, os camponeses buscam otimizar ao máximo os referenciais produtivos da própria unidade familiar e/ou adquirir de vizinhos que não possuem tendas. Alguns produtos, em particular, confeccionadas em couro, são adquiridos junto a artesão da região de Novo Hamburgo e São Leopoldo. Os tendeiros montaram, em associação, uma empresa que confecciona vasos de concreto, bem como outros produtos de gesso, areia e cimento. “Boa parte do que vendemos aqui é produção daqui, ou das tendas, da roça, das matas; essa é a nossa proposta, porque se vem muito de fora, não compensa, rende pouco, diz-nos Gilmar, tendeiro que exerce liderança no interior do grupo. Portanto, há um processo múltiplo de relações, o qual expressa organização coletiva (associação para produzir algum tipo de produto), intermediação junto a outros horizontes produtivos, identificação com o local/regional, etc. Mas o que realmente identifica os sujeitos e alimenta narrativas agregadoras junto à esfera mercantil é “o produto nosso”, é aquele que os identifica com a terra, com a criação de animais, em particular, galinhas e porcos, da produção própria e/ou de vizinhos camponeses. O extrativismo da era, das frutas, do pinhão é também central.



Figura 6. Sobre a mesa de frente, no centro da tenda, há vários saquinhos de pinhão. As tendas buscam otimizar os produtos produzidos “nas rocinhas” e o que as matas lhes fornecem. Percebe-se no canto da tenda sacas com nós-de-pinheiro, produto extraído quando das quedas dos galhos dos pinheiros e sua decomposição.

Fonte: Pesquisa de campo.

O pinhão sempre foi o produto identificado na região; com a ampliação e melhoramento na rodovia, ele ganhou maior visibilidade, diversificação de formas de seu consumo e conservação. A existência da araucária (o “pinheiro”) é ainda visível na região, em terras “dobradas” sua presença se faz sentir; “o pessoal não pode mais derrubar agora, ao contrário, plantar; nossos filhos amanhã vão precisar disso; eu incentivo meu filho pra plantar; faz mais de 30 anos que sobrevivemos aqui mais com o pinhão”, comenta uma tendeira idosa entrevistada. Do pinhão, o pequeno agricultor-tendeiro aprendeu a fazer paçoca, pães, cucas e bolos. Diz um interlocutor que, “a festa do pinhão faz a gente mostrar muito produto novo, formas novas de aproveitar o produto, as coisas novas que aprendemos”.

Sinergia entre valores tradicionais e mercantilização

Os camponeses diversificam muito a produção, “quanto mais produto variado melhor é; o pessoal quer bastante produto aqui nosso, da terra, coisas que nós sempre fizemos”. A valorização econômica dos produtos que os caboclos “tiram da terra” e são vendidos carregam consigo essa dimensão do rústico, do equilíbrio entre homem e natureza. Outra senhora que, há mais de 50 anos alia a vida “na roça e nas tendas do pinhão”, devota do Monge João Maria (figura da cultura popular religiosa do caboclo, muito presente na região em estudo), afirma que procura fazer como ele [Monge João Maria] sempre dizia e fazia: “preservar a natureza para poder criar os bichos nela; é a natureza que cuida e cria deles, nós só damos uma mãozinha, um milhozinho que a gente mesmo colhe” (referindo-se às galinhas, coelhos e porcos criados às soltas). A reinvenção mercantil desses processos é absorvida por culturas alimentares “de uma época” e que “quase ninguém tem mais”, o que acaba identificando sujeitos em seus territórios específicos.

A promoção de identificação de grupos (no caso aqui, os caboclos) auxilia na dinâmica mercantil das atividades desenvolvidas e/ou extraídas do local e, nessa territorialidade com identificação grupal (Sabourin, 2009; Ploeg, 2006), elementos materiais e imateriais estão incluídos; há o destaque dos produtos e dos atores locais; ambos correlacionam-se (Cerdan e Vitrolles, 2008). Valores da tradição ganham otimização mercantil e estão em adequação com a denominada economia da qualidade (Wilkinson, 2008), a qual revela tendências de consumidores em adquirir produtos com identificação de “natural”, “crioulo”.

Nesse sentido, os circuitos curtos (Sonnino e Marsden, 2006) e as proximidades culturais entre sujeitos produtores e consumidores se alimentam por múltiplos enraizamentos históricos, além de revelarem certo poder de determinar processos mercantis (preços, negociações, etc.) e incorporar simbologias referenciadas a quem oferta, a quem demanda e aos recursos naturais existentes (lugares e natureza, produtos da sazonalidade produtivas, as matas), aos saberes e identificações coletivas aos produtos. Na realidade, fatos empíricos demonstram uma multiplicidade de fatores e racionalidades adaptativas e subjacentes (históricas, dos “costumes nossos”, de tradições gastronômicas) que interferem e/ou dão a qualidade dos produtos e que, por

força disso, os produtores, junto aos consumidores, em instâncias locais/regionais e diretas, correprouzem mundo sociais, históricos, culturais, e inter-relacionais.

Um entrevistado, ao seu modo, revela esses mundos (culturais, históricos e de identificação grupal) que entrecruzam redes interpessoais e estratégias para se contrapor aos produtos convencionais (de produção e venda nos supermercados) centrados nos atores sociais.

A galinha caipira é criada solta, é das raças crioulas nossas; tem gente que vem aqui buscar ovo pra chocar, pras crias deles. Caminhoneiros de longe compram ovos aqui pra chocar lá. [...]; o salame, o pessoal sabe de que porco que vem; são bichos criados soltos, sem químico, né; eu vendo muito torresmo, tem um comprador lá de Chapecó que diz não aguentar comer os torresmos dos frigoríficos de lá (Tendeiro entrevistado em Fontoura Xavier no espaço de sua tenda).⁹

O interlocutor acima revela signos de qualidade territorial e cultural que são impressos aos produtos; na verdade, são potencialidades territoriais¹⁰ que as próprias condições dos pequenos agricultores produziram; formas de reinventar patrimônios culturais locais, reforçando sentimento de pertencimento dos atores (caboclos) ao seu território.

Observamos que o caboclo (camponês, comerciante e tendeiro) manifesta a sua cultura através do ramo produtivo-comercial. Ele vende os produtos de sua roça, do seu jeito de plantar, “as sementes ainda crioulas”. Segundo depoimento de um tendeiro, “vem gente aqui pra pegar do nosso feijão, das ramas de aipim aqui, porque são ainda as nativas, as crioulas, coisa que não tem mais por aí, nós ainda conservamos”.

A vida do campo, da fazenda, presente nas lembranças dos tendeiros, é otimizada na esfera mercantil: “ainda que muito produto não venha daqui, mas é aqui que é vendido, porque tem muita gente aqui ligada a essa vida da fazenda, né, na região, que mora ou que passa por aqui; vendemos muito disso aqui”.

Essa é a dimensão logística e territorial de produtos considerados étnicos que, também, é otimizada pelo enraizamento local num horizonte de temporalidade distanciadas, mas entrecruzadas em sentidos e laços interpessoais. São (rel)ações que fazem parte dos circuitos curtos de cadeias mercantis que, em âmbitos regionais e microsociais, camponeses acionam e otimizam e retomando significados para lugares do vivido social (Morgan et al., 2000). A partir de tradições locais, ou seja, dos elementos que os caboclos identificam como “de uma vez” e que os identificava,

⁹ O referido interlocutor nos levou em sua casa, almoçamos com ele e o mesmo fez questão de mostrar uma pequena agroindústria de derivados da cana, um lavoura de meio hectare de feijão, os porcos criados “no meio do mato”, o artesanato que faz a partir do nó-de-pinho, dentre uma série de outros produtos sazonais presente na unidade de seis hectares.

¹⁰ Entendemos por “potencialidades territoriais”, capitais culturais e identidades de grupos que se correlacionam com produtos, com a vida e o trabalho na terra; sujeitos sociais que, pela experiência e identidade como peões de estâncias pastoris na região e, posteriormente, como pequenos agricultores, adquiriram saberes em intercâmbio constante com outras esferas e grupos sociais. Essas “potencialidades territoriais” fazem identificar sujeitos e produtos, saberes e trocas mercantis, as quais são otimizadas nas tendas em questão.



Figura 7. Sementes crioulas “são as que mais saem, tem gente aqui que vem buscar para plantar, para variar as deles”.

Fonte: Pesquisa de campo.

principalmente na vida cotidiana do trabalho e dos saberes incorporados em produtos e que contribuía na economia doméstica, os tendeiros constroem, informalmente, identificações geográficas pela promoção de produtos típicos, reforçando a dimensão identitária do produto, como forma de otimizá-lo nas redes mercantis (Cerdan e Vitrolles, 2008, p. 191), ou seja, nas vendas diretas em casa ou nas tendas para pessoas “que se identificam e gostam desses nossos produtos. Há fatores locais que se territorializam (Ferrari, 2011) como resultado de estratégias de grupos e sujeitos que se definem na produção de coletividades, organizando, distribuindo e coordenando recursos, comportamentos e ações.

Os saberes e sua dimensão mercantil

As lógicas econômicas necessitam dos sentidos sociais e culturais localizados e identificados como marcas de sujeitos sociais (Leriché, 2008),¹¹ construídos por grupos sociais ao longo de sua história. Não há dúvida que a lógica da racionalidade das trocas capitalistas não se baseia e nem desenvolve esses valores humanos e sociais com tanta ênfase e/ou centralidade (Sabourin, 2009), mas, ao mesmo tempo, não os ignora; são

¹¹ Esses “sentidos sociais e culturais” estão fortemente correlacionados com as “potencialidades territoriais”, porém agregam-se às trocas mercantis, aos vínculos entre produtores e sua identidade social.

processos relacionais que implicam negociações, antagonismos que se confrontam, princípios que são lançados e que podem tanto ser excludentes como complementares. Os conteúdos culturais (Cerdan e Vitrolles, 2008; Santos e Menasche, 2015) que dão notoriedade a um produto são explorados em sua natureza imaterial (saberes, formatos, sentidos, identificação, etc.), ganhando atribuição de autenticidade e tipicidade, englobando também fatores naturais e humano-sociais (Leriche, 2008).

Os camponeses da Rota dos Tendeiros do Pinhão constroem e reconstróem passados e presentes em seu cotidiano de trabalho e em suas relações mercantis e de sociabilidades; experimentam ações e redefinem processos em razão de necessidades; (re)elaboram experiências fundadas na cultura e nos processos sociohistóricos de seu meio local e global. Eles revelam uma profunda ligação com a terra e com o mato; esses transmitem a identidade àquele, seu pertencimento produz uma simbiose histórica, de gerações, de obrigações e de possibilidades de sobrevivência. Os bichos “crioulos”, no dizer de um tendeiro, “são mais fortes”, é como se os mesmos tivessem uma reserva biológica e genética que outros, pelo uso da técnica, não a desenvolveram. Os caboclos são muito identificados pela sua relação mais íntegra e harmônica com a natureza, e isso revela-se nos animais, nas culturas da roça, da horta e dos produtos artesanais resultantes. Para muitos consumidores, isso é um valor nutricional. É evidente que nem todos os processos de troca se alimentam pela dinâmica da “tradição”, dos “crioulos”, do “natural”; muito disso funciona como simbologia e marketing para atração e gostos arraigados em culturas e passados históricos e de vidas de sujeitos que os demandam (cidadinos, antigos agricultores, pessoas com filosofias e culturas alimentares diferenciadas, consumidores que optam pela qualidade e não pelo preço, etc.).

Pode-se também dizer que, em torno de determinados produtos, produzem-se territórios, costumes e valores humanos e simbólicos, aspectos esses que não se fundam unicamente na dinâmica da troca, da intercambialidade mercantil; são, sim, além de valores de troca, uma ampla e significativa troca de valores ou valores em troca que, na realidade, os circuitos mercantis curtos conseguem dimensionar. Esferas materiais e subjetivas, bem como as de cunho simbólico-coletivas, podem estar intimamente relacionadas (Ferrari, 2011). Isso se reflete na determinação e conformação daquilo que se considera renda, nos múltiplos espaços e qualificativos em torno do trabalho, nas estratégias e racionalidades adaptativas em relação aos ambientes externos e internos das unidades familiares, em seus vínculos ou não a um coletivo de produtores e comerciantes integrados e identificados como “tendeiros do pinhão”.

Na narrativa de um tendeiro,

o produto colonial, esse mais braçal e antigo, as miudezas como a gente diz, vende, dá dinheiro; a gente faz o produto aqui, que nem da cana faz o melado, a rapadura, o pé-de-moleque, do pé de vassoura faz a vassoura pronta, de várias frutas sai o suco, do figo a chimia. A gente aprende a valorizar mais o que se tinha e o que se tem, faz o preço, não é. [...], elas [mulheres] fazem curso e aprendem a conservar, a fazer de tudo um pouco. Um das delas diz que nem precisava fazer o curso, porque já sabiam fazer, mas fazem assim mesmo, no grupo sempre se aprende mais (Tendeiro entrevistado em sua casa, em São José do Herval).

Os pequenos agricultores-tendeiros necessitam agregar, de seu horizonte moral e multifuncional, estratégias e ações que se manifestam no coletivo, otimizando-o principalmente em festejos e exposições coletivas. As festas são umas das formas de expressão e ritualização da identidade do território; é também uma demanda turística e midiática, mas que não deixa de lado a gastronomia e o envolvimento com o produtor. O tendeiro se faz presente na festa, auxilia na sua organização; com a extração e a confecção de produtos do pinhão, o mesmo encontra um grande espaço de mercado. Nesses espaços festivos, o pequeno agricultor familiar-tendeiro revela sua dimensão da *multifuncionalidade* (Wanderley, 2003; Schneider e Niederle, 2008), aproveita para externalizar, mercantil e simbolicamente, várias ações produtivas, técnicas, culturais, sociais, ambientais, territoriais, morais e comerciais, as quais revelam sua importância e estratégias de reprodução.



Figura 8. Vista área do local onde se desenvolve a Festa do Pinhão em Fontoura Xavier.

Fonte: Assessoria de Comunicação da Prefeitura de Fontoura Xavier.

As festas passam a ser momentos importantes de trocas econômicas e de dinamismo relacional entre famílias, reafirmações de sociabilidades, em que a cultura popular, através da comilança, das danças e cantorias, ritualiza. As festas, portanto, resultam de iniciativas coletivas e, com isso, dão identidades sociais aos territórios, valorização de mercado “aos nossos produtos”, sentimento de pertencimento, pois os atores buscam encontrar recursos no território para melhorar a qualidade, a identificação do produto com o local (caboclos, ligados à terra, aos produtos mais naturais, da “nossa rocinha”), recursos esses, muitos deles, produzidos e mobilizados por atores em interação com seu meio (Cerdan, Souza e Flores, 2008).

O pessoal costuma dizer que ‘pinhão igual ao nosso não tem’; pinhão para mim é tudo igual, mas é o pessoal que diz; eu acho que porque aqui tem mais e de tanto tempo que

fazemos, talvez sabemos melhor o ponto, não é [...]. Na festa, o nosso produto é muito procurado, se vende bastante, não só o pinhão, botamos de tudo pra vender. Na verdade, a gente é tendeiro, mas é da terra, da roça, né (Tendeiro entrevistado em momento da exposição de seus produtos na Festa do Pinhão).

Na verdade, as ações de proximidade já são implementadas historicamente entre os grupos; são recursos locais que mais e mais são reconstituídos para viabilizar melhores ações produtivas e mercantis. Esse é um capital social dos grupos (Sabourin, 2009) e que se fortalece em momentos de ritualidades festivas, permite, com isso produzir mais sinergias entre atores e territórios, formando grupos de pertencimento (“somos das tendas do pinhão”).

Dádivas, identidades e trocas multivariadas

As tendas produziram redefinições de gênero, de trabalho, de atividades, de contatos com o dinheiro, reconfiguram novas/velhas relações familiares; há redivisão de atividades, “aqui os homens também fazem artesanato”, principalmente os vasos de concreto e de madeira; as mulheres “é que fazem os produtos de pano, de tricô, as comidas”; “é difícil te dizer que um faz isso, outro faz outro; aqui os dois fazem o que dá, claro que eu não vou preparar num pinheiro, isso é coisa deles, mas eu vou ajudar a juntar o pinhão, faço os doces”; “a gente se ajuda, é tudo na família, tem vez que sou eu [mulher] que vou na roça, plantar e colher, mas é quase sempre eles”; “tem sim serviço que é de um e outro, mas não é assim bem dividido não”.¹²

Na entrevista com um tendeiro, ouvimos que o mesmo é filho de pequeno agricultor e, mesmo com mais de uma tenda, a família se reveza nas atividades e produz relações solidárias entre os mesmos:

[...] a ideia de meu pai é que a gente nunca saísse da agricultura e deixasse as mulheres com as tendas, mas depois ficaram [as tendas] grandes e eu vim pra cá também, hoje quando um pode vem aqui, quando não dá, vem o outro, ou a minha família tem mais de uma [tenda] aqui perto, então um cuida das duas, até de três; a gente vai se ajudando (Tendeiro entrevistado no local de uma de suas tendas em Fontoura Xavier).

Nesse sentido, gêneros, reproduções, atividades, famílias, etc., vão produzindo relações, domínios, interações, poderes em instância micro, em razão de múltiplos processos, porém dinamizados pela inserção e alterações que vão acontecendo na

¹² Fragmentos de entrevistas sobre o tema da divisão e das trocas de atividades entre tendeiros e na família. Nas falas que obtivemos em pesquisa de campo, há uma riqueza de narrativas que revelam valores de reciprocidade, obrigações morais desenvolvidas na história da sociabilidade familiar e grupal dos camponeses. Há também manifestações de conflitos, tensões frente às mudanças culturais, ao fato de jovens estudarem na cidade e “mudarem a cabeça”, “de alguns que querem vender de tudo” e não valorizam processos naturais e eco-sustentáveis, “matam bicho que não deviam, principalmente o tatu, jacu que aqui tem bastante”. Enfim, horizontes em dinamismo social, processo que faz com camponeses reflitam sobre sua identidade, suas ações e perspectivas no meio rural.

esfera mercantil que as tendas produziram e nas transformações sociais vividas em âmbito maior entre gerações.

Há normatização, controles, requisitos, famílias, parentescos, anterioridades [pessoas que começaram “há muito tempo”], condições econômicas, etc., que funcionam como requisitos para “botar uma tenda aqui”. O regramento é produzido no coletivo, via associação, porém, há critérios e processos relacionais que transcendem as normatizações. O próprio espaço das tendas é numa faixa considerada de domínio da rodovia, ou seja, há um dinamismo mercantil num espaço que não é de todo liberado para essa prática. Na realidade, segundo entrevistas com o presidente atual¹³ da Associação, há uma autorização para todos os tendeiros de entidades como Governo Federal, da Emater, do DAER, do Ibama e da empresa do pedágio [Sul-Vias], “só precisamos respeitar os 21,5 m de cada lado da faixa. Teve um período que eles dificultaram, mas agora não. Foi dada a liberação só para quem tem uma propriedade aqui, na beira da faixa, tinha na época mais de 60 tendas e ficaram só umas 50, justamente por isso”.

Vimos que são feitas também confecções em cerâmica, bordados e tecelagem; e que há criação de suínos às soltas. “Nós sempre tivemos bastante produtos, diversificados não é como você disse, a gente precisa trabalhar bastante para ter isso, só comprar dos outros não dá”; “os vasos [de cerâmica] não saem [vendidos] muito; é mais pra ter, a gente faz pra gente e pra outros também, mas não é muito lucro não, mas tem de ter, é mais produto”.¹⁴ A produção própria é importante para obter mais lucro, porém, há uma dinâmica de trocas ainda no processo produtivo, o que revela dinâmicas mercantis no interior das relações econômicas entre as unidades e tendeiros. Por isso que, tanto os perfis de pequenos agricultores, quanto os de comerciantes são variados; relações específicas lhes dão especificidades, inclusive algumas delas podem ser efêmeras, dependem de necessidades, limites, estratégias, dinâmicas mercantis, visões de mercado, relações com consumidores, capital social no interior do próprio grupo. Relações com trocas mercantis se fazem presentes entre os tendeiros, mas, também, uma espécie de escambo, ou seja, trocas de produtos, ou compra num período para receber o pagamento, em produto, numa situação posterior, principalmente quando da escassez. Nesse sentido, no interior da cadeia produtiva, os tendeiros buscam adotar estratégias, diversificar processo, encontrar meios de otimizar fatores, os quais, muitos deles, são produzidos no interior do grupo pela dimensão do pertencimento, dos vínculos culturais, etc.

Trocas de produtos, auxílios e práticas solidárias, lealdades com a esfera pública, com quem os auxilia, dependência de processos políticos e de decisões nessa esfera – “nós estamos em cima do que não é nosso” –, consciência de grupo e de identidades social, alteridades que precisam ser mantidas em razão dos limites, ou seja, da necessidade do outro, senão agora, em outro momento. São processos de *ontem* que, ainda que possam estar redefinidos em razão de circunstâncias, reproduzem-se no tempo e são eficazes para dar conta e suprir os limites da vida no meio rural, enquanto pequenos produtores e, no caso específico, também enquanto tendeiros. “Cada um aqui conhece o outro; por isso

¹³ Em entrevista realizada no dia 13 de setembro de 2012.

¹⁴ Fragmentos de conteúdo de entrevistas com tendeiros.

que um empresta, troca e vende para o outro. Nós estamos em cima do que não é nosso. [...] Todo mundo é camarada, ninguém fala mal do outro, ou deixa o outro na pior; se eu não tenho uma coisa, eu digo aonde tem, ou mais pra cima ou mais pra baixo” (Tendeiro entrevistado em sua tenda na Vila Assis).

Grande parte dos tendeiros “tem um pedaço de mato, mas isso não chega”, por isso que as estratégias são múltiplas para obtê-lo: aluguel de pinheiro, arrendamento de uma extensão de mato onde há pinheiros, empréstimos de pinhão entre os pares, compra entre tendeiros ou fora desse grupo, até possibilidade de “pegar aqui ou lá, sem pedir, isso tem bastante; os trepadores ganham bastante dinheiro assim, arrumam pinhão ninguém sabe aonde e vendem pra nós”.



Figura 9. Percebem-se, atrás das tendas, as matas com intensa presença do pinheiro; os tendeiros fazem questão de demonstrar a fonte de sua matéria-prima básica e conversar com os consumidores que passam pela rodovia sobre “as técnicas no trato” com o pinhão.

Fonte: Pesquisa de campo.

Assim como há diversidades de relações, trabalho, performance entre tendeiros, há diversificação da produção. Já mencionamos que há uma grande identificação do caboclo da região com a cultura da erva, da madeira e do pinheiro, mas há também com a diversificação das culturas da roça. Há busca de valorização de patrimônios, saberes étnicos, normas coletivas de qualidade, responsabilidades grupais no atendimento e na performance e qualidade dos produtos, “pra que ninguém estrague o outro”. Nesses horizontes relacionais se produzem e se fortalecem relações de amizade, alianças, retribuição, prestígio, confiança coletiva, intercâmbios de saberes e aprendizagens, próprios de uma dimensão de intercâmbio sociotécnico (Sabourin, 2009), os quais também podem ser vistos como patrimônios de grupos e que servem para

otimizar os fatores que a dinâmica mercantil atual exige nesses circuitos de trocas diretas entre produtores e consumidores.

Sabe-se que os territórios são sempre construídos; grupos sociais os compõem, os diferenciam, os nomeiam e os enquadram num horizonte de identificação (Raffestin, 1993). Esse pertencimento é que auxilia na produção de um *ethos* grupal e, junto ao espaço social e mercantil das tendas, vincula historicamente produtos e saberes, formatos e relações de longa data com o mesmo grupo. Nesse sentido, o próprio território de pertencimento cria valores que se expressam na confiança, interconhecimento, passados comuns, identidades de produtores rurais, obrigações/reciprocidades entre vizinhos, solidariedade, família como unidade de produção, de cultura e de convívio, etc. Ambos são expressos em mutirões entre vizinhos, conhecidos e amigos no atendimento ao público nas tendas, nas trocas de dia na roça, no auxílio da colheita do pinhão, no aluguel antecipado da mata para colher unicamente o pinhão, nos auxílios para a produção da erva-mate, nas vendas nas tendas quando há dificuldades por parte de algum tendeiro, nos universos comunitários, na preparação para as festas do pinhão, na confecção de vasos, principalmente em momentos de carga e descarga, o qual exige força física, nos auxílios quando um agricultor-tendeiro está em situação de dificuldades em razão de doença, morte. Nessas e em outras ocasiões, (re)produzem-se determinados valores (confiança e ajuda mútua, em particular) que são fundamentais para a reprodução do grupo e produção dimensões mercantis de seus produtos.

Entendemos que as lógicas econômicas necessitam dos sentidos sociais e culturais (Abramovay, 2002); esses são construídos por grupos sociais ao longo de sua história. Desse modo, a apropriação do território está muito ligada a fatores afetivos (Cerdan e Fournier, 2007), à intensa ligação com a natureza, com relações econômicas, políticas e culturais (Haesbaert, 2004). Por isso que há valores que são imprescindíveis para dar solidez, produzir solidariedades e pertencimentos a territórios. Confiança, interconhecimento, passados comuns, identidades de produtores rurais, obrigações/reciprocidades entre vizinhos, solidariedade, família como unidade de produção, de cultura e de convívio, etc., são valores que se imprimem em territórios a partir da identificação de grupos sociais (Sabourin, 2009).

Voltamos a insistir que mercados passam a ser construídos por atores sociais, produzindo redes informais (vendas diretas), cadeias alimentares com dimensões curtas, enraizadas em territórios locais numa dinâmica de uma economia, de certa forma, ao mesmo tempo, individualizada e associativa, produções individuais, mas com laços sociais, étnicos, interpessoais e de reciprocidade. O enraizamento no local (vários tendeiros fizeram questão de dizer que estão “aqui há mais de 40 anos”), o pertencimento, a proximidade (os circuitos curtos), as agroindústrias caseiras, os produtos que fazem parte da denominada economia da qualidade (Wilkinson, 2008), no seu conjunto, dão o tom dessa construção social em que os pequenos agricultores também são atores centrais. Ploeg (2006) enfatiza que a “economia da qualidade” está associada aos processos que estruturam redes e cadeias alimentares “alternativas” às da indústria alimentar dominante; adentra para os horizontes da produção artesanal, indo ao encontro da mudança nas opções e comportamentos de consumidores. Os produtos tradicionais, a nostalgia dos “de uma vez”, a tipicidade territorial, etc., fazem

parte do acervo e das estratégias de agricultores familiares, esses possuem esse capital social e humano para as realizar.

Considerações finais

Em nossa sintética análise de relações mercantis de camponeses-comerciantes “de beira de estrada”, pode-se perceber que os mesmos buscam restaurar aspectos do passado, pois esses revelam a passagem temporal e espacial dos grupos e indivíduos; os valores do patrimônio cultural tendem a estar em consonância com o conjunto das representações das formas de vividos temporais e regionais que cada grupo social produz, institucionaliza, pratica e transmite por meio de formas variadas de socialização e de interação dos membros e, desses, no caso específico analisado, com os consumidores de seus produtos. Os territórios com identificação de grupos étnicos são constantemente construídos; são processos engendrados pela vivência e produção territorial, que no caso analisado, ganham contornos e configuração nos produtos, na gastronomia, na origem comum, na vida no meio rural, na roça e na fazenda; fazem agregar tradições passadas a determinadas dimensões do presente. Como disse um proprietário de uma indústria “caseira” de embutidos, “os ricos de agora voltaram a comer o que comiam quando eram pobres; vêm comprar dos pobres o que os ricos não comem mais no dia a dia e nós comemos [...] eles se identificam com uma vez [tempos atrás da vida na colônia], não é?”. Desse modo, alguns produtos reconfiguram heranças culturais que grupos sociais apreenderam de diferentes outros grupos de convivência histórica e contemporaneizada em seus múltiplos tempos e espaços de vida, portanto de trocas culturais étnicas, de saberes adaptados e inventados ao sabor das circunstâncias. A recriação de representações simbólicas e práticas sociais de um passado proporcionam significados e valorizações à vida dos pequenos agricultores.

Novos valores, redefinições no processo produtivo e na sociabilidade reconstroem sentidos para as unidades familiares. Esse ambiente econômico e cultural pode também produzir sociabilidades, mercados com reciprocidades e intercâmbios culturais e de saberes. Os sujeitos sociais estudados são produtores e comerciantes ao mesmo tempo, organizam-se para efetivar o comércio de seus produtos na beira da rodovia, pressionam junto ao poder público pela logística e propaganda das tendas, para efetivação da infraestrutura e da arquitetura das tendas. No interior da cadeia produtiva, os tendeiros buscam otimizar fatores: compram produtos que não têm condições de produzir e que possuem ligações com o local (produtos em couro como tapetes e pelegos), adquirem produtos da roça junto aos vizinhos que não possuem tendas e/ou “que tem produto de sobra e não vai conseguir vender tudo”. Na realidade, sua maior característica é que são produtores e comerciantes ao mesmo tempo.

Há um conjunto amplo de processos que viabiliza esses horizontes coletivos e sociotécnicos, os quais tendem a se ampliar com a efetivação mais ampla das dinâmicas de economias que ganham feição de proximidade entre produtores e consumidores, fatores de ordem cultural e de tipicidade étnica. Porém, há um amplo processo que os interlocutores informam como sendo expressivo de pontos de estrangulamentos

no interior do grupo, nas mediações, nos processos de troca e na infraestrutura. Nesse sentido, há descontentamento de tendeiros em relação à falta de organização da categoria, padronização de preços, controle da qualidade de produtos junto aos tendeiros, redução de participação nas reuniões da Associação, temor de que haja duplicação e/ou privatização da rodovia na serra e obrigue o remanejamento de tendeiros do local, ausência de conservação das tendas por parte de muitos tendeiros, dificuldade de manter os filhos/jovens na atividade agrícola, etc.

Enfim, é uma realidade dinâmica, expressiva de múltiplos processos econômicos, culturais, históricos, da vida como pequeno agricultor, de um nicho de mercado com características específicas, da multifuncionalidade e pluriatividade diversificada de trabalho e de produtos, de tradições e saberes que se renovam e são otimizados em mercados constituídos com circuitos curtos, de limites e enfrentamentos que são vividos e exigem estratégias dos sujeitos envolvidos em correspondência com o desejo de reprodução enquanto camponês e comerciante de “beira de estrada”, na constante construção social de relações mercantis.

Referências

ABRAMOVAY, R. Desenvolvimento Rural Territorial e Capital Social. In: SABOURIN, E.; TEIXEIRA, O. (Ed.). *Planejamento e desenvolvimento dos territórios rurais: conceitos, controvérsias e experiências*. Brasília: UFPB/CIRAD, Embrapa, 2002, p. 113-128.

BOURDIEU, P. *La domonation masculine*. Paris: Seuil, 1998.

CARDOSO de OLIVEIRA, R. *Identidade, Etnia e Estrutura Social*. São Paulo: Pioneira Editora, 1978.

CARNEIRO, M. J.; MALUF, R. S. Multifonctionnalité de l'agriculture familiale au Brésil: quelque voies de réflexion. In: WOLFER, B. A. *Agricultures et paysanneries du monde*. Paris: Edition Quae, 2010, p. 121-144.

CAZELLA, A. A.; CARRIÈRE, J. P. Abordagem introdutória ao conceito de desenvolvimento territorial. *EISFORIA*, n. Especial. Florianópolis, p. 23-48, 2006.

CAZELLA, A.; BONNAL, P.; MALUF, R. S. Olhares disciplinares sobre território e desenvolvimento territorial. In: CAZELLA, A. et al. *Agricultura familiar: multifuncionalidade e desenvolvimento territorial*. Rio de Janeiro: Mauad, 2009, p. 25-45.

CERDAN, C. Produtos de qualidade, patrimônio cultural e desenvolvimento territorial: o caminho de pedra e o vale dos vinhedos. In: SIMPÓSIO DE SEGURANÇA ALIMENTAR: DEBATENDO QUALIDADE. Bento Gonçalves, RS. *Anais*. Bento Gonçalves: SBCTA-RS, 2008.

CERDAN, C.; FOURNIER, S. Le Système agroalimentaire localisé comme produit de l'activations de ressources territoriales. Enjeux et contraintes du développement local des productions agroalimentaires artisanales. In: PECQUEUR, B.; GUMUCHIAN, H. *La resource territorial*. Paris: Édition Economica, 2007, p. 103-125.

CERDAN, C.; SOUZA, M. C. M. de; FLORES, M. El patrimonio cultural como um elemento estratégico para el desarrollo territorial: dos casos de la inmigración italiana en Brasil. In: RANABALDO, C.; SCHEJTMAN, A. *El valor del patrimonio cultural: territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas*. Lima: RIMISP, 2008, p. 313-332.

- CERDAN, C.; VITROLLES, D. Valorisation des produits d'origine: contribution pour le développement durable dans la Pampa Gaucha au Brésil. *Geocarrefour*, n. 83, v. 3, p. 191-202, 2008.
- FERRARI, D. L. *Cadeias agroalimentares curtas: a construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina*. Tese em Desenvolvimento Rural. PDGR, UFRGS, Porto Alegre, 2011.
- GOODMAN, D. The quality "turn" and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, London, n. 19, p. 1-7, 2003.
- GRANOVETTER, M. Les institutions économiques comme constructions sociales: un cadre d'analyse. In: ORLEAN, A. (Ed.). *Analyse économique des conventions*. Paris: Presse Universitaires de France, 1994, p. 79-94.
- HAESBAERT, R. *Territórios alternativos*. São Paulo: Contexto, 2004.
- LERICHE, F. et al. (Coord.). *L'économie culturelle et ses territoires*. Mirail: PUM, 2008.
- LONG, N. *Development sociology: actor perspectives*. London: Routledge, 2001.
- MARSDEN, T. Mobilities, vulnerabilities and sustainabilities: exploring pathways from denial to sustainable rural development. *Sociologia Ruralis*, Oxford, v. 49, n. 2, p. 113-131, 2009.
- MARSDEN, T. New rural territories: regulating the differentiated rural spaces. *Journal of Rural Studies*, London, v. 14, n. 1, p. 107-117, 1998.
- MARSDEN, T.; SMITH, E. Ecological entrepreneurship: sustainable development in local communities through quality food production and local branding. *Geoforum*, London, v. 36, n. 4, p. 440-451, 2005.
- MORGAN, K.; MURDOCH, J. Organic vs. conventional agriculture: knowledge, power and innovation in the food chain. *Geoforum*, London, v. 31, n. 2, p. 159-173, 2000.
- MURDOCH, J.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Quality, nature, and embeddedness: some theoretical considerations in the context of the food sector. *Economic Geography*, Worcester, v. 76, n. 2, Apr. 2000.
- NIEDERLE, P. A. *Compromissos para a qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França*. Tese de Doutorado em Ciências Sociais. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.
- PECQUEUR, B. (Ed.). *Dynamiques territoriales et mutations économiques*. Paris: L'Harmattan, 1996.
- PECQUEUR, B. *Le développement local*. Paris: Syros, 2008.
- PECQUEUR, B.; ZIMMERMANN, J. B. (Sous la dir.). *Economie de proximités*. Paris: Lavoisier, 2004.
- PLOEG, J. D. V. der. O modo de produção camponês revisitado. In: SCHNEIDER, S. (Org.). *A diversidade da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006, p. 13-56.
- PLOEG, J. D. van der. *Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Porto Alegre: UFRGS, 2008.
- PLOEG, J. D. van der. Styles of farming: an introductory note on concepts and methodology. In: HANN, H.; PLOEG, J. D. van der. (Ed.). *Endogenous regional development in Europe: theory, method and practice*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1994, p. 7- 29.
- PLOEG, J. D. van der. The reconstitution of locality: technology and labour in modern agriculture. In: MARSDEN, T.; LOWE, P.; WHATMORE, S. (Ed.) *Labour and Locality: uneven development and the rural labour process*. London: David Fulton Publishers, 1992, p.19-43.

- RAFFESTIN, C. *Por uma Geografia do poder*. São Paulo: Ática, 1993.
- SABOURIN, E. Ação coletiva e organização dos produtores no Nordeste Semi-árido. In: SOBER, 37, 1999. Foz do Iguaçu. *Anais... Foz do Iguaçu: Sober*, 1999.
- SABOURIN, E. Aprendizagem coletiva e construção social do saber local: o caso da inovação na agricultura familiar da Paraíba. *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, n. 16, abril, p. 37-61, 2001.
- SABOURIN, E. *Camponeses do Brasil: entre a troca mercantil e a reciprocidade*. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.
- SABOURIN, E. Organisation paysanne au Brésil : capital social, réciprocité et valeurs humaines. *Revue du Mauss*. Paris, n. 7, août 2007. Disponível em: <<http://www.journaldumauss.net/spip.php?article158>>. Acesso em 12 set. 2013.
- SABOURIN, E. Práticas sociais, políticas públicas e valores humanos. In: SCHNEIDER, S. (Org.). *A diversidade da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006, p. 215-239.
- SABOURN, E.; CARON, P.; CERDAN, C. *Appur au développement de l'agriculture familiale dans le Nordeste semi-árido*. Montpellier/CIRAD/Brasília: Embrapa, 1997.
- SANTOS, J. S.; MENASCHE, R. Valorização de produtos alimentares tradicionais: os usos das Indicações Geográficas no contexto brasileiro. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, v. 12, p. 11-30, 2015.
- SCHNEIDER, S. (Org.). *A diversidade da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006.
- SCHNEIDER, S. *Agricultura familiar e pluriatividade*. Tese (Doutorado). UFRGS, Porto Alegre, 1999.
- SCHNEIDER, S.; NIEDERLE, P. A. Agricultura familiar e teoria social: a diversidade das formas familiares de produção na agricultura. In: FALEIRO, F. G.; FARIAS NETO, A. L. (Ed.) *Savanas: desafios e estratégias para o equilíbrio entre sociedade, agronegócio e recursos naturais*. Planaltina: Embrapa Cerrados, 2008, p. 989-1014.
- SEYFERTH, G. Identidade camponesa e identidade étnica. *Anuário Antropológico*, Rio de Janeiro, 91, p. 31-63, 1993.
- SONNINO, R.; MARSDEN, T. Beyond the divide: rethinking relations between alternative and conventional food networks in Europe. *Journal of Economic Geography*, Oxford, n. 6, p. 181-199, 2006.
- TEDESCO, J. C. *O futuro do passado: etnicidade, comércio e vida rural. Tradições culturais em rotas turísticas*. Porto Alegre: Letra & Vida, 2013.
- VITROLLES, D. *Construction sociale et institutionnelle du lien à l'origine dans le cadre de l'émergence des Indications Géographiques au Brésil: Cas de la viande do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional*. 2007. Dissertação (Mestrado em Geografia). Université Lumière, Lyon 2, 2007.
- WANDERLEY, M. N. B. Prefácio. In: CARNEIRO, M. J.; MALUF, R. S. (Org.). *Para além da produção: multifuncionalidade e agricultura familiar*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003, p. 3-7.
- WILKINSON, J. *Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar*. Porto Alegre: UFRGS, 2008.
- ZARTH, P. *Do Arcaico ao Moderno – O Rio Grande do Sul agrário do século XIX*. Ijuí: Editora Unijuí, 2002.

Parte III

Experiências internacionais em cadeias curtas

Cadeias curtas: experiências e oportunidades no Chile e em outros países da América Latina¹

Luis David Sáez Tonacca
Carlos Andrés Díaz Ramírez
Claus J. Köbrich Gruebler

Considerações iniciais

Nos últimos anos, produziram-se diversos artigos, livros, conferências e seminários dedicados a analisar os canais de comercialização de alimentos, sua origem, funcionamento, modalidades, alcance etc., todos amparados em conceitos como cadeias (ou circuitos) curtas de abastecimento (CCAs) ou redes alternativas de alimentos (RAAs)². Apesar disso, ainda não há definições consensuais para esses conceitos, o que torna necessário explicitar o contexto no qual esses serão utilizados neste capítulo.

O conceito de cadeias curtas pode ser entendido de diferentes maneiras, em função de variáveis como o número de intermediários, a distância física que um

¹ Tradução de Regina Beatriz A. Vargas.

² Em inglês, *short food supply chains* (SFSC) e *alternative food networks* (AFN).

produto percorre, os atributos de qualidade ou até a logística da cadeia. Além disso, existe uma grande diversidade dentro das CCAs ou das RAAs, o que dificulta ainda mais chegar a uma definição que abarque todas as experiências assim denominadas. Goodman *et al.* (2011) talvez facilitem sua compreensão, quando apontam que as RAAs (e o movimento do comércio justo) são a resposta às “contradições flagrantes e multifacetadas do insustentável sistema alimentar industrial e das relações comerciais exploradoras, fundadas em cadeias globais de abastecimento que sustentam seu crescimento e sua reprodução”.

Como sintetiza Ploeg (2008), parte importante dos benefícios econômicos do processo de modernização foram transferidos aos intermediários e as principais consequências sociais desta modernização foram a exclusão de pequenos agricultores do sistema econômico, a instabilidade dos preços dos alimentos no mercado e a perda da identidade, no que se refere a alimentos locais e à cultura alimentar. Esses “novos” canais de comercialização propõem diferenciarem-se dos “mercados convencionais”, criando novos espaços econômicos e sociais para o comércio, produção e consumo de alimentos, cujas qualidades éticas e estéticas alternativas os distinguem dos produtos produzidos em massa (Goodman *et al.*, 2011). A distinção entre ambos está em seus atributos; de um lado, produtos anônimos, cuja competitividade baseia-se no seu preço; e, de outro, nichos em que se encontram produtos com qualidades ecológicas, éticas ou estéticas morais (Renting *et al.*, 2003; Maye, Holloway e Kneafsey, 2007). Considerando a enorme diversidade dos sistemas de produção, fabricação, comercialização e distribuição de alimentos, os conceitos devem ser interpretados com flexibilidade, de acordo com o território e o contexto onde são aplicados (Magrama, 2012).

Outro aspecto importante, o qual nem sempre recebe a devida consideração, tem relação com a origem ou com a força que propulsiona essas CCAs. Ainda que não o sejam, elas poderiam ser a resposta para produtores que buscam reverter (ou recuperar) a contínua redução da rentabilidade – o que Ploeg *et al.* (2000) chamam de aperto (*squeeze*) da agricultura –, ou ser uma proposta para satisfazer uma demanda descontente com a oferta convencional. Tal descontentamento pode, de fato, ter muitas causas, e é neste ponto que acreditamos ser necessário cuidado ao analisar o contexto. Frequentemente, em particular na literatura dos países mais desenvolvidos, destaca-se o papel dos consumidores, que não se limitam a utilizar sua liberdade de escolha dentro de um determinado sistema alimentar, mas percebem seu papel como componentes ativos dos novos sistemas de abastecimento e novos marcos para a criação de significado (Brunori *et al.*, 2012). Assim, os consumidores, ou talvez seja melhor dizer cidadãos-consumidores, exercem uma ação política, mudando o entorno comercial, mudando as regras que afetam o sistema alimentar, criando novos sistemas de abastecimento de alimentos (como coprodutores), ou reconfigurando a forma como os alimentos se incorporam às práticas sociais ou produtivas (Brunori *et al.*, 2012).

O que desconhecemos é a intensidade dessas forças na América Latina. O contexto econômico é muito diferente; o gasto com alimentos continua representando uma importante parcela da renda familiar e, conseqüentemente, os preços seguem sendo um atributo muito (senão o mais) importante. Nesse sentido, as CCAs podem

ser uma proposta para satisfazer uma fração relevante dos consumidores com alimentos frescos e uma boa relação custo-benefício.

Em função disso, a categorização das cadeias curtas pode basear-se no critério de distância do consumo em relação ao local de produção, distinguindo a venda feita nas “proximidades”, daquela feita “à distância” (Kneafsey *et al.*, 2013). Outra categorização, realizada pela Comissão Econômica para a América Latina e Caribe (CEPAL, 2014), identifica dez tipos ou modalidades de cadeias curtas: (i) Venda direta na unidade produtora; (ii) Venda direta em feiras locais; (iii) Venda no comércio (pontos de venda coletivos, restaurantes, varejistas, outros); (iv) Venda direta em supermercados; (v) Entrega a domicílio; (vi) Venda antecipada; (vii) Venda por encomenda (internet, outros); (viii) Consumo direto na unidade produtora (agroturismo); (ix) Venda ao setor público; (x) Exportação mediante normas do comércio justo.

Levando em consideração o que foi exposto, não é fácil realizar uma revisão de experiências de cadeias curtas em qualquer país latino-americano ou do Caribe. Em primeiro lugar, por sua natureza, a grande maioria das iniciativas tem um alcance local, geograficamente limitado e, conseqüentemente, possui pouca visibilidade. Quando tais iniciativas conseguem certa visibilidade, quase nunca se pode contar com informações objetivas que permitam avaliar seu impacto. Em segundo lugar, tratam-se de iniciativas em que é possível observar uma grande variedade de modelos de comercialização, nem sempre fáceis de definir, classificar e comparar. A revisão que integra este capítulo não é uma exceção a essa realidade. Descrevem-se aqui experiências reais de cadeias curtas de comercialização, mas reconhecendo que a visão é parcial e tendenciosa, já que as informações reunidas, muitas vezes, foram fornecidas pelos próprios promotores ou gestores da iniciativa. Concentramos nosso olhar sobre os canais de comercialização, a partir da visão da CEPAL (2014), que define cadeia curta como “forma de comércio baseada na venda direta de produtos frescos ou da estação, sem intermediários – ou reduzindo ao mínimo a intermediação – entre produtores e consumidores”.

Este capítulo – em razão de a maior parte das experiências analisadas na região corresponderem aos denominados mercados de agricultores – se concentrará na discussão em torno deste tipo de cadeia, tendo em mente que outras experiências de alta relevância na região, tais como as iniciativas de compras públicas inclusivas, merecem um capítulo à parte para sua revisão.

Experiências na América Latina e no Caribe

Nos mercados de produtores rurais ou camponeses (*campesinos*), são os próprios produtores que vendem seus produtos ao público consumidor, sem passar por intermediários ou distribuidores. Na origem desses mercados – os quais, em muitos países da América Latina e do Caribe, não são novos –, podem-se identificar pelo menos duas forças propulsoras.

Num primeiro grupo, estão os mercados que nascem como uma necessidade dos produtores de colocarem seus produtos sob melhores condições de venda. Embora

esses mercados camponeses tenham sido, em geral, considerados fontes de renda complementar para muitos pequenos produtores (Hughes; Mattson, 1995), diversos estudos indicam que a atividade se converteu em uma via primária de comercialização para muitos agricultores (Vaupel, 1989; Lyson et al., 1995; Burns; Johnson, 1996), gerando não apenas benefícios econômicos, como também uma série de benefícios sociais, que surgem da interação entre agricultores e público, bem como entre os próprios agricultores (Griffin; Frongillo, 2003). Em 2001, de acordo com os dados do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA), apenas nesse país, cerca de 20.000 agricultores obtiveram suas rendas exclusivamente através da venda em mercados locais. Este grupo, que representa uma grande proporção desses mercados, é constituído por produtores que buscam melhores alternativas de comercialização, seja porque estão insatisfeitos com os preços que recebem dos canais tradicionais ou porque suas propostas de valor não encontram espaço adequado de venda. Estes últimos incluem, por exemplo, produtos orgânicos ou produtores indígenas que, mais do que alimentos, oferecem saúde, confiança, tradição, etc., apelando para consumidores responsáveis ou éticos. Nesta categoria encontram-se os mercados camponeses da Colômbia, Peru e Equador.

A iniciativa chamada *Mercados Camponeses*, na Colômbia, é parte de uma estratégia de soberania alimentar, superação da pobreza e desenvolvimento territorial rural, a qual também beneficia produtores e consumidores, através da utilização de conceitos e práticas de cadeias curtas de comercialização (Parrado; Molina, 2014). A iniciativa deu início a duas cadeias curtas de abastecimento em Bogotá, através das quais os agricultores locais vendem produtos frescos, tais como frutas, hortaliças, legumes, grãos, plantas aromáticas e temperos e, em menor escala, produtos processados. Uma dessas cadeias corresponde aos *Mercados Presenciais*, que se organizam quinzenalmente em 14 parques de Bogotá e, duas vezes ao ano, na forma de um grande mercado na Plaza de Bolívar. A outra é o *Mercado Atacadista*, que consiste na venda a comerciantes de bancas de mercados populares e de quitandas de frutas e verduras. Esse *Mercado Atacadista* é mais atrativo para produtores com maior disponibilidade de terra (4 hectares ou mais), enquanto os *Mercados Presenciais* constituem uma melhor alternativa para camponeses que dispõem de menos recursos. Enquanto nos Mercados Atacadistas existe uma participação maior de homens, nos Mercados Presenciais predomina a participação feminina. Cerca de 15% das pessoas participantes não têm acesso à terra e comercializam alimentos processados, comidas preparadas e artesanato. Sob o ponto de vista da demanda, os mercados presenciais são frequentados majoritariamente por mulheres com mais de 30 anos, com renda baixa ou média, as quais mostram altos níveis de fidelidade e de interesse em ajudar os agricultores e agricultoras, destinando um nível médio de gastos, preferencialmente em produtos frescos. Para seu funcionamento, os Mercados Camponeses estabeleceram *Comitês Camponeses Municipais* e *Promotores Municipais*, que definem o tipo e quantidade de produtos a levar e informam os preços a que os produtos serão vendidos. Esses atores também assumem a logística da atividade, o que compreende aspectos como a consolidação da informação sobre a oferta para cada parque, a publicidade, a gestão institucional para obter as licenças

para utilizar os parques, a montagem das tendas e das mesas e a venda dos excedentes. Essas tarefas são realizadas por uma equipe de logística, uma equipe de inventário e um coordenador por cada parque. Para a realização dos *Mercados Presenciais*, os camponeses e camponesas assumem os custos de transporte.

Um segundo exemplo é o *Mercado de Produtores de Huancaro*, em Cusco, Peru. Nesse caso, foi a Associação Regional de Produtores Agropecuários de Cusco (ARPAC) que conseguiu, a partir de pequenas ações coletivas de camponeses e de pequenos produtores, e em conjunto com o Estado e instituições privadas, organizar e articular os produtores da região para aproximá-los dos consumidores finais, através da melhora dos canais de comercialização. Essas atividades incluíram, entre outras, capacitação em vendas, comercialização, qualidade e higiene alimentar, comunicação e promoção. Contudo, o mais importante foi fortalecer as capacidades de gestão da ARPAC e melhorar sua organização interna e governança, o que resultou na abertura de uma Feira Agrícola, em 2004 (Lacroix; Cheng, 2014). Nesse mercado, quase 1.800 produtores oferecem seus produtos em 1.600 postos, gerando uma receita bruta anual que supera os US\$ 18,6 milhões. Três quartos das vendas são feitas às 25 mil famílias que frequentam Huancaro a cada sábado e o resto é vendido por atacado. Um fato interessante, e que se repete em outros mercados da América Latina e do Caribe, é que no encerramento da feira inicia-se um sistema de troca entre os produtores, o que permite a cada um trocar seus excedentes por outros produtos para consumo próprio. Isso seguramente contribui para que os produtores não tenham de baixar tanto seus preços, como ocorre em outros mercados que se veem obrigados a liquidar suas mercadorias no final das atividades do mercado para não perder seus produtos. Para os consumidores, o Mercado representa uma alternativa ao mercado convencional de Cusco, pois, nele, encontram uma oferta mais diversificada e de qualidade, melhores preços e a possibilidade de conhecer melhor a qualidade e a origem dos produtos comprados. O funcionamento do mercado conta com o apoio da Secretaria Regional Agrária de Cusco, que garante sua manutenção e fornece serviços de informação, e da rede de Municipalidades Rurais de Cusco, que investe na infraestrutura. Um tema importante é a supervisão da qualidade e da quantidade de produtos vendidos. Para tanto, a ARPAC criou um regulamento que especifica os critérios de funcionamento do mercado e de controle da comercialização, entre eles o controle de preços, controle de peso, medidas de higiene e organização do serviço de segurança. Para uma melhor gestão, realizam-se assembleias gerais periódicas, nas quais prestam-se contas dos resultados (receitas e despesas). A feira se realiza em uma área pertencente ao Governo Regional e se organiza em 24 seções de produtos e procedências. As três seções com maior público e que geram os melhores resultados econômicos são as de hortaliças, batatas e carnes.

No Equador, os Agrônomos e Veterinários Sem Fronteiras (AVSF), o Centro de Desenvolvimento e Pesquisa Rural (CEDIR) e a Federação de Comunidades Indígenas Quechuas do Norte da Cordilheira (FICI) têm apoiado a venda direta de produtos orgânicos por parte de famílias agricultoras nos *Mercados Camponeses do Equador*. Este canal melhora a receita dos produtores, uma vez que esses vendem a

preços similares aos produtos convencionais – o que significa 30% mais do que o valor que recebem quando vendem a comerciantes. Em Cuenca, esta iniciativa beneficia quase 600 famílias e muitos milhares de consumidores, com vendas que superam um milhão de dólares ao ano. No Sul, são mais de 500 produtores que oferecem uma diversidade de frutas e verduras, carnes, ovos, produtos lácteos e cereais, em cinco mercados semanais (Lacroix; Cheng, 2014). Para apoiar esta iniciativa AVSE, CEDIR e FICI capacitam produtores, produtoras e suas organizações em temas técnicos (transição para a produção orgânica), implementação de um sistema de certificação participativo, gestão comercial e negociação.

Um segundo grupo de mercados de agricultores – consolidado em países mais ricos e ainda emergente na América Latina – nasce da busca por novas experiências de consumo, baseadas no resgate e na promoção das tradições e dos sabores. Diferentemente dos exemplos anteriores, o desenvolvimento e êxito dessas iniciativas sustentam-se nos atributos diferenciadores dos produtos e, dessa forma, é a demanda que desempenha um papel muito importante; acima de tudo, a profundidade ou diversidade da cultura culinária, associada ao conhecimento que os consumidores possuem sobre alimentos e ingredientes tradicionais e sobre os pontos de venda ou canais de comercialização para acessá-los. Entre esses mercados, podem-se destacar inúmeras feiras tradicionais, onde, paralelamente a atividades folclóricas (culturais, religiosas, produtivas, etc.), os produtores têm a oportunidade de aproximar sua produção dos visitantes.

Um caso muito interessante são as *Feiras Mistura no Peru*, que se estruturaram a partir de uma revitalização ou reconhecimento do valor da tradição culinária peruana. Esta iniciativa é parte de um projeto de US\$ 3,0 milhões, chamado *Cadeias Agroalimentares Gastronômicas Inclusivas*, financiado pelo BID e pela Sociedade Peruana de Gastronomia (APEGA). O objetivo do projeto é contribuir para a inclusão econômica e social dos pequenos produtores agrários e das pequenas e médias empresas dos mercados varejistas e, para alcançá-lo, articulam produtores e pequenas e médias empresas do mercado de suprimentos com estabelecimentos gastronômicos, através do desenvolvimento de negócios inclusivos. Entre outras atividades, o projeto instala (emula) um mercado de abastecimento no marco da Feira Gastronômica Internacional de Lima – Mistura, e realiza as Feiras Agropecuárias Mistura, onde se oferecem os chamados produtos emblemáticos, que se distinguem por seu sabor, cor, aroma, textura e local de origem e têm suas raízes na gastronomia de um território específico (Ginocchio, 2014). O projeto ofereceu um módulo de assistência para sensibilizar os comerciantes de mercados populares a melhorarem suas vendas, conseguiu dar início a iniciativas de feiras e realizou oficinas de assistência técnica dirigidas a comerciantes de mercados populares (FOMIN, 2014). Conforme relatório de desempenho “As feiras representaram um produto eficiente, demonstrável e que pode ser expandido”. Mas, também sinalizam a existência de outros componentes relevantes, entre eles a campanha de divulgação: *Come rico, come sano, come peruano* (coma bem, coma saudável, coma com sabor peruano). Esta campanha, lançada pela APEGA, busca “promover um estilo de alimentação saudável, saboroso e nutritivo, baseado em produtos representativos da agricultura

familiar e da pesca artesanal do Peru”. Esperam alcançar este objetivo “difundindo informação sobre os produtos típicos do Peru e promovendo seu consumo através de receitas magníficas que tornarão seus dias mais saborosos”. Um problema enfrentado por este projeto em particular é o atraso do plano de modernização do Mercado Central, o qual, de acordo com a equipe do projeto, é fundamental para criar um ambiente propício à geração de mudanças na gestão comercial. Os motivos desses atrasos incluem problemas administrativos, resistência em mudar as práticas comerciais e falta de tempo dos comerciantes para assistir às capacitações.

Experiências no Chile

Agricultura familiar camponesa e cadeias curtas

O setor da Agricultura Familiar Camponesa no Chile é um setor sumamente diverso e heterogêneo e, atualmente, sob o ponto de vista das políticas públicas de apoio ao setor, é possível distinguir, pelo menos, dois grandes segmentos de produtores. De um lado, encontra-se o segmento denominado “comercial-empresarial” e, de outro, o segmento denominado “multiatividade”. O primeiro caracteriza-se por uma maior dotação e/ou qualidade de recursos em comparação ao segundo, e, portanto, maiores possibilidades de se articular com mercados dinâmicos ou mais exigentes. O segundo segmento caracteriza-se pelo emprego de estratégias de geração de receitas que combinam a produção de diversos itens, para autoconsumo e venda, com outras atividades, como a venda de força de trabalho para atividades agrícolas.

Embora este setor tenha desempenhado, e ainda desempenhe, um papel importante na produção de alimentos frescos no Chile, enfrenta dificuldades para entrar nos mercados – situação que se reflete no fato de apenas 5% das unidades produtivas pertencentes a este grupo terem conseguido ingressar em mercados de exportação, o que significa cerca de 12 mil unidades agrícolas. Internamente, cerca de 23 mil unidades produtivas vendem sua produção para a agroindústria e 8 mil participam de agricultura de contrato (INDAP/Qualitas Agroconsultores, 2009). Nesse contexto, cabe ressaltar que foi somente depois da década de 1960 que – a partir dos processos de reforma agrária no Chile – a maior parte da população camponesa conseguiu o direito de propriedade das terras e, com isto, a soberania sobre a venda de seus produtos.

O fomento e desenvolvimento de cadeias curtas e seu estímulo como estratégia de apoio ao setor da Agricultura Familiar Camponesa é recente – as primeiras abordagens sobre o tema *desenvolvimento de cadeias curtas no Chile* podem ser atribuídas à Feira “ExpoMundoRural”, uma mostra urbana de produtos camponeses, iniciativa do Instituto de Desenvolvimento Agropecuário INDAP, que se realiza anualmente desde 1998. Esta feira reúne uma seleção de produtores camponeses de todo Chile, com o objetivo de promover uma aproximação direta entre a agricultura familiar e seus produtos e os consumidores da cidade. A partir desta experiência e de outras experiências relacionadas - como as diversas redes de agroturismo - bem como do crescente interesse da população urbana na denominada “categoria de produtos rurais”

(Sáez et al., 2013), realizaram-se estudos voltados a identificar atributos relevantes para a criação de um “selo de produtos e serviços rurais” (Köbrich et al., 2014) com vistas a incentivar os consumidores a adquirirem este tipo de produtos e a frequentar as feiras e mercados em que eles são expostos. Posteriormente, surgem outras iniciativas como lojas especializadas e feiras regionais de produtos camponeses, agrupamentos produtivos, até chegar à atual política pública em matéria de desenvolvimento rural. Esta incorpora explicitamente os conceitos de cadeias curtas e mercados locais, o que ajuda a revalorizar a articulação com o mercado interno. Isso tem despertado grande interesse no estudo, desenvolvimento e promoção das diversas formas de comércio direto entre camponeses e consumidores e, mais recentemente, no denominado “mercado institucional”, constituído pelas diversas instituições públicas, tais como forças armadas, escolas e hospitais, que se abastecem de produtos frescos através do sistema de compras públicas (Cepal, 2014).

Oficialmente, não existe uma normativa ou uma definição oficial no Chile em relação ao termo “Cadeia Curta”. Em 2014, o Instituto de Desenvolvimento Agropecuário INDAP realizou um levantamento nacional, não probabilístico, nem exaustivo, baseado em dados fornecidos por informantes qualificados, sobre as iniciativas de cadeias curtas de comercialização utilizadas pela Agricultura Familiar Camponesa. A definição de Cadeia Curta aplicada neste e em outros estudos está baseada em diversas definições. Entre elas, a que foi proposta pela CEPAL (2014), a qual faz referência àqueles circuitos de comercialização baseados na *“venda direta de produtos frescos ou de estação, sem intermediários – ou reduzindo ao mínimo a intermediação – entre produtores e consumidores”*, e a definição oficial aplicada pelo Ministério da Agricultura da França, de acordo com a qual *“Os circuitos curtos (CC) são uma forma de comercialização de produtos agrícolas baseada na venda direta ao consumidor, bem como na venda indireta desde que não envolva mais de um intermediário entre o agricultor e o consumidor”*.³

Apesar do que foi exposto e de serem recentes e preliminares as experiências de sistematização das informações sobre cadeias curtas e mercados locais no Chile, essas permitiram caracterizar a forma como camponeses e camponesas participam das diversas modalidades de cadeias curtas. Em função dessas definições prévias, a análise do levantamento realizado pelo INDAP (ODEPA, 2015; INDAP, 2015) permitiu identificar e caracterizar pelo menos sete tipos de cadeias curtas no Chile (Quadro 1), as quais, em sua maioria, são formadas por agricultores camponeses pertencentes ao segmento ou grupo denominado “Multiativo”⁴. A venda se realiza, principalmente, a consumidores locais, através de feiras e/ou quiosques na própria unidade rural, registrando-se, em ambos os casos, baixos níveis de investimento e de exigências formais e sanitárias.

³ Disponível em: <<http://agriculture.gouv.fr/consommation-manger-local-partout-en-france>>. Acesso em: 06 jul. 2015.

⁴ No Chile, esta categoria recebe diferentes denominações - “Multiativo”, “Vulnerável”, entre outras, e representa quase 60% da Agricultura Familiar do país, a qual dispõe, em médio de granjas de 1 HRB e gera ingressos a partir de diversas fontes, de cerca de US\$1.500 / ano. Para mais informação ver: indap.gob.cl/extras/lineamientos-estrategicos-2014-2018-vf.pdf.

QUADRO 1
Tipologia das cadeias curtas no Chile

Tipos de cadeia curta	Variável de classificação					
	Venda de Processados	Venda de Alimentícios	Venda extra propriedade	Produtor de baixa renda	Consumidor de baixa renda	Consumidor Instável
Produtor Feirante (21%)	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Não
De refúgio (15%)	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Alguns casos
De feiras tradicionalistas (12%)	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Local próprio (9%)	Não	Alguns casos	Sim	Não	Não	Não
De turismo (7%)	Alguns casos	Alguns casos	Não	Não	Não	Sim
Venda a feirante (3%)	Não	Sim	Sim, em sua maioria	Não	Alguns casos	Não
De nicho (3%)	Alguns casos	Alguns casos	Alguns casos	Não	Não	Não

Fonte: Modificado de ODEPA (2015).

A forma ou tipo de venda mais frequente entre as iniciativas levantadas é denominada “Produtor-Feirante”, com 21% de produtores, localizados em áreas irrigadas, os quais comercializam seus produtos de maneira regular, durante o ano, em feiras de agricultores realizadas uma ou duas vezes por semana em diferentes localidades no entorno das cidades. Muitos deles também participam das denominadas “feiras livres” – mercados urbanos de produtos frescos (Sáez et al., 2010). Aspectos como sazonalidade e diversidade dos produtos comercializados constituem um desafio relevante para este tipo de cadeia, uma vez que os consumidores que visitam as feiras demandam variedade e preços competitivos.

O segundo tipo de circuito curto mais importante no Chile corresponde ao denominado “Refúgio” (15%). Este tipo de cadeia é desenvolvido por agricultores que possuem menos recursos em comparação àqueles do tipo “Produtor-Feirante” e, geralmente, as vendas são realizadas na própria unidade produtiva, de maneira informal, a vizinhos e moradores de média ou baixa renda das imediações. Esta informalidade, que se traduz na ausência de licenças sanitárias ou municipais, permite que os produtos sejam vendidos a preço menores. Por outro lado, dificulta o acesso a subsídios públicos. Além disso, os investimentos necessários para formalizar aspectos como inocuidade dos produtos ocasionariam um incremento nos preços, podendo gerar redução das vendas.

Em ordem de importância, seguem-se as cadeias dos tipos “Feiras Tradicionais”, “Local Próprio” e “Turismo” que, em conjunto, representam 28% do total da tipologia levantada pelo INDAP. Dentre elas, as denominadas Feiras Tradicionais constituem um tipo mais sazonal, realizando-se, em geral, nos meses de verão ou em épocas de festas populares, como da colheita de uvas, quando o fluxo de turistas é maior. Embora

não se tenham constituído como política pública, grande parte dessas festas recebe apoio de instituições públicas de fomento produtivo para sua organização. Além disso, os produtores que participam recebem um importante apoio para o transporte dos produtos. Nesse sentido, um dos desafios para a consolidação desse tipo de cadeia curta consiste em fazer com que os apoios sejam direcionados não apenas aos aspectos de organização, mas também à vinculação do desenvolvimento de estratégias comerciais com o planejamento da produção nas granjas.

Descrição de alguns exemplos de cadeias curtas no Chile

De maneira similar a outras feiras de agricultores na América Latina e de acordo com os estudos preliminares realizados no Chile, é interessante destacar dois tipos de feiras: em primeiro lugar, aquelas que se formaram a partir do apoio de programas técnico-produtivos, como uma forma de promover a comercialização; e, em segundo lugar, aquelas feiras que surgiram de maneira espontânea, a partir da interação entre atores sociais, como agricultores e consumidores (Köbrich et al., 2015).

No primeiro caso, destacam-se algumas feiras surgidas com o apoio de programas de fomento produtivo como, por exemplo, do Programa de Desenvolvimento Local PRODESAL, do Instituto de Desenvolvimento Agropecuário INDAP. Esses programas, apesar de corresponderem antes a iniciativas de assessoria técnico-produtiva do que a programas de apoio específicos para a comercialização propriamente dita, de um modo ou de outro, buscam apoiar a venda da produção de seus usuários. Os agricultores que participam desse tipo de feiras oferecem uma gama variada de produtos, em sua maioria de produção própria, mas eventualmente podem incorporar produtos adquiridos de outros agricultores, a fim de satisfazer as necessidades de clientes que frequentam a feira para adquirir produtos de consumo diário. No que tange aos aspectos de qualidade, não se observa uma oferta diferenciada, nem um tipo de público específico, e tampouco um discurso em torno de aspectos sociais do consumo de alimentos.

Entre os produtos comercializados, é possível encontrar frutas e hortaliças frescas, dependendo da estação, ovos “caipiras”, plantas aromáticas, medicinais e ornamentais, produtos apícolas, legumes e também produtos elaborados como geleias, pão e alguns laticínios. Em vários casos, alguns agricultores complementam sua oferta da produção local, com produtos adquiridos de outros agricultores e, às vezes, de atacadistas locais. O transporte dos produtos é realizado pelos próprios agricultores, seja em veículos próprios ou, em alguns casos, fazendo uso do transporte público. Os clientes que frequentam essas feiras são habitantes locais que buscam se abastecer de produtos frescos.

A estrutura organizacional e o tamanho dessas feiras é, também, variável, adotando geralmente a forma de comitês informais de gestão, cuja diretoria é eleita pelos próprios membros das feiras. A infraestrutura empregada é simples, geralmente consiste em toldos leves que são instalados coletivamente em uma via pública durante o funcionamento da feira – em muitos casos um ponto de venda é compartilhado por dois agricultores (Figura 1).



Figura 1. Feira de Agricultores em San Clemente (Região do Maule).

No que se refere aos apoios institucionais, conforme mencionado anteriormente, em muitos casos, essas feiras recebem apoio técnico das equipes profissionais que prestam assessoria técnico-produtiva, razão pela qual os aspectos relativos à qualidade e inocuidade, bem como aqueles relativos ao âmbito de gestão comercial, são abordados de maneira mais superficial. No que concerne à relação entre as feiras e as autoridades locais, em muitos casos, esta limita-se à autorização requerida para utilizar os espaços públicos, concedido em caráter de licença municipal.

O segundo tipo de feiras de agricultores observada no Chile corresponde àquelas criadas a partir da interação entre atores sociais como agricultores e consumidores que, em muitos casos, participam de organizações produtivas, associações de consumidores ou diversos movimentos cidadãos preocupados com o cuidado com o meio ambiente e com o comércio equitativo. Esses consumidores buscam se abastecer de produtos com uma qualidade diferenciada – em geral produtos orgânicos ou produzidos em sistemas agroecológicos. Por esta razão, nessas feiras é possível observar que a qualidade dos produtos comercializados não está vinculada apenas às características intrínsecas dos produtos, mas também aos aspectos sociais da produção, sua contribuição para uma alimentação saudável e o efeito negativo de práticas como o uso de pesticidas sintéticos, que são considerados danosos à saúde das pessoas e do meio ambiente. Também, por isso, boa parte dos clientes que frequentam essas feiras buscam satisfazer necessidades como a confiabilidade nos produtos comprados, ou contribuir com uma agricultura mais comprometida com o meio ambiente e a biodiversidade.

Um caso interessante de analisar nesse tipo de feiras corresponde à “Ecofeira” da cidade de Coquimbo (Figura 2), uma feira organizada uma vez por mês por um grupo local, o Convívium, do movimento *Slow Food* da cidade de Coquimbo, o qual conta com 13-14 agricultores, alguns dos quais viajam quase 150 quilômetros cada vez que a feira acontece. Os participantes dessa feira promovem os princípios do movimento, em torno de produtos “Bons”, ou seja, saborosos e saudáveis; “Limpos”, cuja produção não prejudique o meio ambiente; e “Equitativos”, com preços acessíveis para os consumidores e em condições justas para quem os produz. Junto a esses princípios, os participantes da feira mantêm, como requisito indispensável, que todos

os produtos ali comercializados tenham sido produzidos pelos próprios participantes, o que impede a venda de produtos de alguém alheio à feira.



Figura 2. Feira Ecológica Convivium Coquimbo. Setor Mirador La Herradura (Região de Coquimbo).

Em outros casos, algumas feiras surgiram a partir de consumidores que buscavam abastecer-se especificamente de produtos livres de pesticidas, como é o caso do “Mercado Agroecológico de Paine” (Figura 3), iniciativa de um grupo de 3-4 pessoas que, ante a dificuldade de se abastecerem localmente com este tipo de produtos, contataram alguns produtores e promoveram a criação de um pequeno mercado, adquirindo para o mesmo a infraestrutura básica – toldos leves que, posteriormente, foram doados a um grupo de 15-16 agricultores da localidade.



Figura 3. Mercado Agroecológico de Paine (Região Metropolitana).

É interessante destacar que, mesmo quando essas feiras não contam com certificações formais, conseguem desenvolver protocolos próprios de produção e qualidade dos produtos, que são aplicados pelos agricultores participantes, promovendo a transparência com relação às práticas produtivas utilizadas por eles em suas terras,

como requisito fundamental para poder participar da feira. Em ambas as experiências, embora algumas cadeias curtas tenham se iniciado sob os auspícios de programas de assistência técnica ou de grupos de consumidores, o funcionamento das mesmas continuou de maneira autônoma e gerida pelos próprios agricultores participantes, os quais se encarregam de motivar outros produtores a levarem seus produtos, propõem suas próprias normas ou regulamentos e se preocupam com a qualidade dos produtos comercializados, entre outros aspectos do funcionamento.

Em outros casos, os circuitos surgiram a partir da interação entre consumidores que buscam produtos livres de pesticidas e agricultores dispostos a oferecer produtos com tais características. Diferentemente dos casos anteriores, que funcionam de maneira autogestionária, a gestão dessas cadeias é facilitada permanentemente por outros atores. No caso da cadeia de entrega de cestas existente na cidade de Rancagua, na região de O'Higgins (Figura 4), um grupo de consumidores adquire produtos por intermédio de uma profissional local, que realiza atividades como a seleção e transporte dos produtos a comercializar, desde as localidades em que são produzidos até um ponto na cidade onde se reúnem os membros que previamente fizeram um pedido, ou também outros consumidores que não são membros da associação, que podem comprar outros produtos em função de sua disponibilidade ou sazonalidade.



Figura 4. Mercado de proximidade Rede Agrícola La Siembra (Região de O'Higgins).

Comparada à figura tradicional do intermediário, esta intermediária realiza uma gestão comercial ampliada, ou seja, articula oferta e demanda, contribui para planejar o plantio, colheita e entrega de produtos, encarrega-se de visitar as propriedades para, em uma inspeção visual dos cultivos e em conversa com o agricultor, verificar se estão em conformidade com a produção compatível com os princípios agroecológicos. Essas atividades certamente ajudam a criar laços de confiança entre agricultores e consumidores, contribuindo para o funcionamento e sustentabilidade do circuito. Por outro lado, é interessante notar que as margens da intermediação são conhecidas por todos os participantes do circuito, razão pela qual se poderia denominá-la de “intermediação equitativa”. Nesse sentido, estudos anteriores dos autores sugerem que, mesmo quando fatores econômicos e produtivos são relevantes na percepção dos agricultores sobre a conveniência ou não de participar de um mercado local, outros fatores como a percepção que os agricultores têm sobre o nível de comprometimento

de seus pares, podem motivar ou inibir fortemente sua decisão de participar de tais iniciativas (Saéz et al., 2014).

Os produtos comercializados correspondem a hortaliças e frutas frescas, tais como tomates, cebolas, batatas, repolho e acelgas, mas também se observaram produtos como queijo fresco e “ovos caipiras”. Os clientes da iniciativa são habitantes da cidade de Rancagua, que frequentam a feira pelo compromisso por parte dos agricultores de oferecerem produtos em cuja produção não foram utilizados agrotóxicos. Este requisito de qualidade, embora não corresponda a uma certificação formal, é verificado pela profissional que desempenha o papel de intermediária, e que assegura a qualidade aos consumidores clientes do mercado. É interessante destacar, no funcionamento desta cadeia, a existência de um duplo enfoque: a satisfação das necessidades dos consumidores envolvidos de obterem produtos livres de pesticidas; e o respeito às condições e capacidades produtivas dos agricultores. Isso possibilita a convergência entre as necessidades e preferências tanto de agricultores como de consumidores, o que se poderia denominar de “Enfoque de Mercado a partir da Oferta” (Saéz et al., 2015).

A iniciativa *ExpoMundoRural* constitui um caso à parte e diferente das feiras anteriormente descritas. Trata-se de uma exposição de caráter institucional, organizada uma vez por ano pelo Instituto de Desenvolvimento Agropecuário⁵. Esta feira nasceu como uma maneira de sensibilizar a população urbana sobre a existência da agricultura familiar, sua variedade de produtos e sua qualidade. Com o passar do tempo, o nome da feira converteu-se em uma verdadeira marca, associada pelo público a produtos camponeses. Esse fato decorre da associação entre os conceitos de “produto, produtor e território”, pois destaca a origem dos produtores, apoia os que têm produtos inovadores e de qualidade, e os próprios produtores expõem e explicam seus produtos aos visitantes. Além disso, faz-se um grande esforço para os produtores aprenderem com outros produtores, conversarem com os visitantes para saber o que eles valorizam em seus produtos, de modo a perceberem a importância cada vez menor do preço e observarem outros atributos relevantes.

Considerações finais

A configuração e desenvolvimento de uma cadeia curta pode adotar diversas formas. Em alguns casos, tais circuitos se formam a partir de iniciativas no marco de programas de assessoria técnica para o setor da Agricultura Familiar Camponesa, enquanto em outros, essas cadeias surgem a partir da interação entre agricultores e consumidores, especialmente aqueles que participam de organizações sociais ou movimentos cidadãos, como aquelas orientadas à promoção da Agricultura Familiar, à produção orgânica e agroecológica e à alimentação saudável. Esses grupos podem ter objetivos ou motivações diversas, que incluem a necessidade de abastecer-se com produtos de qualidade diferenciada, como produtos orgânicos ou livres de pesticidas,

⁵ Disponível em: <<http://indap.gob.cl/expomundorural-santiago-2014>>.

bem como expressar um interesse ético ou solidário de adquirir produtos em condições mais vantajosas para a agricultura familiar, povos nativos ou mulheres agricultoras.

Entre os fatores que contribuem para o desenvolvimento e funcionamento das cadeias curtas, é possível identificar fatores individuais, como a qualidade dos produtos e as habilidades comerciais dos participantes em tais circuitos. Contudo, a formação e funcionamento de um circuito curto é um processo coletivo – inúmeras interações contribuem para a continuidade e funcionamento da cadeia. Neste processo de formação de uma cadeia curta, a interação entre consumidores e agricultores, assim como a interação entre os próprios agricultores, contribuem para configurar sistemas de governança únicos e próprios de cada circuito ou feira, nos quais se definem aspectos como as condições comerciais de venda, as características dos produtos ofertados, a qualidade dos produtos e o funcionamento geral do circuito.

Um aspecto que começa a atrair interesse em nossas pesquisas refere-se às diversas interações entre os atores que conformam as cadeias curtas ou mercados locais, e aos papéis que assumem esses atores. Em alguns casos, por exemplo, os intermediários facilitaram a criação de vínculos entre produtores e consumidores, contribuindo para gerar confiança ao proporcionar garantia da qualidade dos produtos, bem como transparência aos custos associados e aos preços de compra e venda. Um papel que foi descrito como “intermediário equitativo” (Sáez et al., 2015).

Ainda que se trate de um processo coletivo e interativo, ele não é espontâneo. Em muitos casos, é possível identificar um ou mais atores que desempenham um papel de intermediação e facilitação entre consumidores e agricultores, bem como com outros atores, tais como autoridades e instituições públicas, contribuindo para a sustentabilidade da cadeia curta, mediante a formação de vínculos de confiança.

Em alguns casos, os facilitadores podem assumir funções próprias do âmbito comercial, contribuindo para articular a oferta e a demanda, coordenar os aspectos logísticos e operacionais do circuito, participando como intermediário. Contudo, tal intermediação se dá em condições de transparência, com receitas geradas pelo exercício de comprar dos agricultores e vender aos consumidores, mas com margens que são conhecidas e aceitas tanto por produtores quanto por consumidores. Esta modalidade de intermediação, que pode ser chamada de “intermediação equitativa” se dá sob um enfoque que respeita as condições e capacidades de oferta dos produtores e permite a convergência das necessidades e preferências tanto de agricultores como de consumidores. Este enfoque pode ser denominado “Enfoque de Mercado a partir da Oferta”.

A partir dos achados dos estudos preliminares sobre cadeias curtas e a partir do conceito de “mercados aninhados” proposto por Ploeg et al. (2012), o desenvolvimento de cadeias curtas pode oferecer contribuições interessantes como parte das políticas de desenvolvimento rural no Chile. Todavia, para que estas contribuições sejam efetivas, é necessário avançar orientando os serviços de assessoria técnica para as atividades de comercialização e a promoção das capacidades dos agricultores, bem como no fortalecimento das capacidades de autogestão daqueles agricultores que participam de diferentes tipos de cadeias curtas e na incorporação de atores locais que contribuam para articular oferta e demanda.

Referências

- BRUNORI, G.; ROSSI, A.; GUIDI, F. On the new social relations around and beyond food. Analysing consumers' role and action in Gruppi di Acquisto Solidale (Solidarity Purchasing Groups). *Sociologia Ruralis*, 52(1), p. 1-30, 2012.
- BURNS, A.; JOHNSON, D. *Farmers' Market Survey Report*. Washington: USDA, 1996.
- CEPAL, 2014. *Agricultura Familiar y Circuitos Cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición*. Memoria del Seminario sobre Circuitos Cortos Santiago, Chile: 2-3 septiembre 2013. Serie Seminarios y Conferencias, núm. 77. Santiago: CEPAL, 2014.
- FOMIN. *Reporte de estado del proyecto*. Enero2014-junio2014. Proyecto PE-M1083, Perú: Mercados Gastronómicos. Fondo Multilateral de Inversiones, Miembro del Grupo BID, 2014.
- GINOCCHIO, L. La alianza cocinero-campesino del Perú: auge gastronómico, articulación a mercados y comercialización agraria. In: CEPAL. *Agricultura familiar y circuitos cortos: nuevos esquemas de producción, de comercialización y de nutrición*. Serie Seminarios y Conferencias, núm.77, 2014.
- GOODMAN, D.; DuPUIS, M.; GOODMAN, M. *Alternative Food Networks: Knowledge, Practice, and Politics*. Abingdon: Routledge, 2011.
- GRIFFIN, M.; FRONGILLO, E. Experiences and perspectives of farmers from Upstate New York farmer's markets. *Agriculture and Human Values*, v. 20, n. 2, p. 189-203, 2003.
- HUGHES, M. E.; MATTSON, R. H. *Farmers' Markets in Kansas: A Profile of Vendors and Market Organization*, Contribution No. 92-576-S. Manhattan: Kansas State University, Kansas Agricultural Experiment Station, 1995.
- INDAP. *Agricultura familiar campesina y circuitos cortos en Chile: Catastro preliminar*. Serie Estudios y documentos de trabajo N°2. Instituto de Desarrollo Agropecuario INDAP, Santiago. Junio 2015. Disponible en <http://indap.gob.cl/sites/default/files/2_0.pdf>.
- INDAP/Qualitas Agroconsultores. *Estudio de caracterización de la pequeña agricultura a partir del VII Censo Nacional Agropecuario y Forestal*, 2009.
- KNEAFSEY, M. et al. *Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their socio-economic Characteristics*. Joint Research Centre. Luxembourg: Institute for Prospective Technological Studies, 2013.
- KÖBRICH, C. et al. *Circuitos cortos: Lecciones aprendidas*. Informe final. Publicación de la Fundación Ford y Slow Food. Santiago, 2015.
- KÖBRICH, C. et al.. *Estudio para un Sello de Productos y Servicios de la Agricultura Familiar Campesina*. Informe Final. Publicación de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias del Ministerio de Agricultura. Santiago: Gobierno de Chile, 2014.
- LACROIX, P.; CHENG, G. Reflexiones sobre comercialización en ferias y mercados de la región andina. In: CHENG, G.; LACROIX, P. (Ed.). *Ferías y Mercados de Productores: hacia nuevas relaciones campo-ciudad*. Lima: Centro Peruano de Estudios Sociales, 2014.
- LYSON, T. A.; GILLESPIE Jr., G. W.; HILCHEY, D. Farmers' markets and the local community: Bridging the formal and informal economy. *American Journal of Alternative Agriculture*, 10, p. 108-113, 1995.
- MAGRAMA. *Canales cortos de comercialización en el sector Agroalimentario*. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Tragsatec, Observatorio de Precios de los Alimentos. España, 2012.

- MAYE, D.; HOLLOWAY, L.; KNEAFSEY, M. (Ed.). *Alternative food geographies: representation and practice*. Oxford: Emerald, 2007.
- ODEPA. *Agricultura familiar y circuitos cortos en Chile: situación actual, restricciones y potencialidades*. Informe Final. Publicación de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias del Ministerio de Agricultura, Gobierno de Chile. Elaborado por RIMISP, 2015.
- PARRADO, A.; MOLINA, J. P. *Mercados Campesinos: modelo de acceso a mercados y seguridad alimentaria en la Región Central de Colombia*. Grupo de Investigación en Gestión y Desarrollo Rural Facultad de Ciencias Agrarias. Convenio OXFAM - Universidad Nacional de Colombia, 2014.
- PLOEG, J. D.van der et al. Rural development: from practices and policies towards theory. *Sociologia Ruralis*, v. 40, n. 4, p. 391-408, 2000.
- PLOEG, J. D.van der. *Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2008.
- PLOEG, J. D.van der; JINGZHONG, Y.; SCHENEIDER, S. Rural development through the construction of new, nested, markets: comparative perspectives from China, Brazil and the European Union. *The Journal of Peasant Studies*, v. 39, n. 1, p. 133-173, 2012.
- RENTING, H.; MARDSEN, T.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development". *Environment and planning A*, v. 35, p. 393-411, 2003.
- SAÉZ, L.; CANTÍN, M.; DÍAZ, C. *Experiencia piloto de implementación de circuitos cortos de comercialización de productos agroecológicos de la Agricultura Familiar Campesina en la Región de O'Higgins, Chile*. Artículo aceptado para ser presentado en el III Foro Bienal Iberoamericano de Estudios del Desarrollo a realizarse del 6 al 8 de abril de 2015 en Uruguay, 2015.
- SÁEZ, L.; SANDOVAL, S.; GANGA, M.A. Definición de la categoría Producto Campesino en base a preferencias de consumidores del Gran Santiago. *Idesia*, v. 31, n. 1, p. 117-127, 2013.
- SÁEZ, L.; TORRES, V.; CÁCERES, L. Caracterización de las ferias libres como canal de comercialización en la Región Metropolitana de Chile. *Economía Agraria*, v. 14, p. 1-7, 2010.
- SÁEZ, L.; YPARRAGUIRRE, L.; DÍAZ, C. Factores que influyen en la participación de productores campesinos en un mercado local en la comuna de Navidad. In: ENCUENTRO INTERNACIONAL DE AGRICULTURA ORGÁNICA Y SUSTENTABLE, 10., 20 al 24 de mayo de 2014. Matanzas, Cuba. *Anais... Matanzas: [s/n]*, 2014.
- VAUPEL, S. The farmers of farmers' markets. *California Agriculture*, v. 43, p. 28-30, 1989.

Dimensões da produção e consumo de alimentos de base ecológica em circuitos curtos na França e no Brasil

Moacir Darolt
Claire Lamine

Introdução

Nas ciências sociais as redes alternativas de alimentos deram origem a uma crescente literatura, em que os países do sul ainda estão sub-representados, apesar de um histórico de evidências e iniciativas ao longo de muitas décadas. Essas redes são conhecidas na literatura internacional como *Alternative Food Networks – AFNs*, sendo uma categoria genérica de análise acadêmica para o estudo de alternativas ao modelo agroalimentar industrial. Algumas características centrais destas redes incluem (Renting et al., 2003; Deverre e Lamine, 2010; Tovey, 2012; Goodman et al., 2012): cooperação social e parcerias entre produtores e consumidores; um número reduzido (ou inexistente) de intermediários; reaproximação entre produtores e consumidores; dinamização de mercados locais com identidade territorial (proximidade geográfica e social) e revalorização da circulação de produtos de qualidade diferenciada, como é o caso de produtos de base ecológica.¹

¹ Nesse trabalho o conceito de sistema de produção de base ecológica abrange os denominados: orgânico, ecológico, agroecológico, biodinâmico, natural, regenerativo, biológico, permacultura e outros que

No Brasil desde o início dos anos 1980, agricultores familiares desenvolveram sistemas de produção e comercialização alternativos formando uma rede, muitas vezes com o apoio de organizações da sociedade civil, entidades ligadas à igreja (Pastoral da Terra), agentes de extensão rural pública e Organizações Não Governamentais (ONGs), num esforço de organizar produtores e consumidores com base em princípios de confiança e equidade (Brandenburg, 2002).

Na esteira da crescente preocupação com a origem dos alimentos e os modos de produção, em parte induzida por várias crises ligadas à insegurança alimentar nas últimas duas décadas, foram sendo criadas – por produtores, consumidores e outros atores – redes alternativas de alimentos que atuam principalmente em circuitos curtos² (CC) de comercialização como feiras do produtor, entrega de cestas, lojas de produtores e consumidores, venda institucional para alimentação escolar, entre outras formas de mercados emergentes. Em ambos os países esses circuitos curtos de comercialização não se restringem a produtos orgânicos, mas envolvem produtos artesanais e coloniais (Brasil), além de produtos especiais com denominação de origem (chamados de *terroir* na França). Nesse trabalho o foco é sobre produtos de base ecológica em circuitos curtos de comercialização.

As vendas em circuitos curtos canalizaram metade do valor total das compras da produção orgânica certificada no mercado interno brasileiro em 2010 (Blanc e Kledal, 2012). No Brasil 42% dos consumidores já compram produtos orgânicos em lojas especializadas e 35% em feiras do produtor, apesar de a maioria (72%) ainda comprar em canais longos, como é o caso de supermercados (Kluth, Bocchi Jr. e Censkowski, 2011). Na França a situação é similar, 79% dos consumidores compram em super e hipermercados, porém 29% também compram em feiras de produtores – *marché paysan*, 25% em lojas especializadas, 20% diretamente nas propriedades e 18% em comerciantes de produtos artesanais, principalmente por motivos de saúde, qualidade, sabor e segurança alimentar (Agence Bio, 2015). Os super e hipermercados representaram 46% do valor total das vendas de produtos orgânicos (*bio*) em 2013, índice bem inferior quando comparado aos alimentos em geral (75-80%). Na França e na Europa, de forma geral, existe um interesse crescente dos consumidores nos circuitos curtos. O censo agropecuário francês de 2010 mostrou que 21% do total das propriedades vendiam parte ou toda produção em circuitos curtos (Aubry e Kebir, 2013).

Em ambos os países, uma das especificidades dessas redes é o fato de questionar alguns princípios básicos do sistema agroindustrial, como a homogeneização, a padronização de produtos, o grande número de intermediários na comercialização e o transporte em grandes distâncias (Deverre e Lamine, 2010). Outro ponto destacado é

atendam os princípios estabelecidos pela Lei n. 10.831/2003, que dispõe sobre o sistema orgânico de produção agropecuária no Brasil. Na França o sistema é conhecido como agricultura biológica (*bio*) a partir da legislação de 1980, mas existem produtos de outras formas de agricultura alternativa (*agriculture paysanne, agroécologie*) que se dizem mais ecológicas e são encontrados em circuitos curtos.

² Circuitos Curtos (CC) ou Cadeias Curtas de comercialização são definidos como “um sistema de inter-relações entre atores que estão diretamente engajados na produção, transformação, distribuição e consumo de alimentos” (Renting et al., 2012). Essa definição traz dois pontos importantes (inter-relações e interdependência) e deixa aberta uma ampla gama de formas de articulação entre produção e consumo.

que os circuitos curtos envolvem diretamente os produtores, os consumidores e outros atores engajados no processo, enquanto que as cadeias alimentares convencionais são dominadas pelos atores econômicos à jusante (atacadistas, processadores, varejistas). A proximidade social, relacional e geográfica das cadeias curtas facilitam, apesar de não garantir, um maior engajamento do consumidor, em contraste com a distância e o pouco engajamento do consumidor típico de uma cadeia longa de alimentação.

Para Marsden et al. (2000), o mais importante para caracterizar um circuito curto de comercialização ou uma cadeia curta é o fato de um produto chegar nas mãos do consumidor com informações que lhe permitam saber onde o produto foi produzido (lugar), por quem (produtor) e de que forma (sistema de produção) em detrimento à alimentação padronizada da agricultura industrial caracterizada por Ploeg (2008) como “impérios alimentares”. Entretanto, estas redes e novas formas econômicas nem sempre suprimem as relações de poder e a distribuição social dos ganhos entre os atores.

Uma das principais questões levantadas por parte da literatura científica até o momento é a seguinte: para além dos mercados locais onde há interações diretas entre produtores e consumidores, como podem essas redes alternativas de alimentos induzir mudanças estruturais em uma escala maior? Vários autores (Goodman e Watts, 1997; Allen et al., 2003; Dupuis e Goodman, 2005; Feagan, 2007) têm destacado os limites dessas redes na superação das desigualdades sociais entre produtores e consumidores. Mais recentemente, alguns analistas sugeriram incluir outros critérios e valores ampliando o conceito para “redes éticas de alimentos” (Renting et al., 2012). Esta noção e outras, tais como “democracia alimentar” (Wilkins, 2005; Hassanein, 2008) ou “agricultura ética” (Lyson, 2004) destacam o papel crucial da sociedade civil para criar inovações no sistema alimentar. Esse artigo procura destacar essas inovações.

A diversidade de trabalhos dentro da literatura internacional também reflete a diversidade de ângulos teóricos adotados para investigar estas questões, passando pela economia política, a modernização ecológica, teorias do ator-rede e de transição agroalimentar, entre outras (Lockie e Kitto, 2000; Ploeg et al., 2000; Deverre e Lamine, 2010). Na França, a parte da literatura consagrada às redes alternativas de alimentos tem estudado o seu impacto sobre os agricultores e os consumidores, em termos de bem-estar econômico e social. Mais especificamente, se considera a forma como estas redes articulam produtores e consumidores e estratégias de engajamento (Lamine, 2005), bem como as ligações que se desenvolvem entre os próprios produtores (Chiffolleau, 2009).

A possibilidade de mudança estrutural em maior escala também foi investigada por meio de análise das formas como os movimentos alternativos usam o consumo para tornar os cidadãos mais ativos na negociação com o mercado e para influenciar as políticas públicas. Esta orquestração é feita por meio da educação do consumidor, do engajamento em formas de comércio que oferecem alternativas para o mercado convencional e, finalmente, através de mobilização em campanhas de protesto (Dubuisson-Quellier et al., 2011). Ademais, tem sido demonstrado que no nível local os sistemas agroalimentares territoriais têm potencial na ecologização de práticas ali-

mentares, permitindo uma exploração das complementaridades não só entre sistemas alternativos mas também entre eles e os sistemas convencionais (Lamine et al., 2012).

Em ambos os países, as redes surgiram ou foram desenvolvidas em um contexto de institucionalização da agricultura orgânica e políticas de apoio ao desenvolvimento da agricultura familiar e/ou camponesa (Bellon et al., 2011). No Brasil, os movimentos sociais opostos à intensificação e à modernização da agricultura têm sido descritos como tendo um papel importante na fase inicial do desenvolvimento da agricultura orgânica e da agroecologia (Brandenburg, 2002). Recentemente as redes alternativas de alimentos têm destacado as noções de soberania e segurança alimentar, dois conceitos que surgiram em nível internacional no contexto da crise alimentar, com maior destaque a partir de 2008. A noção de soberania alimentar envolve o direito de todos à alimentação e à autonomia dos atores sociais em suas estratégias e políticas de apoio à produção, distribuição e consumo, respeitando a diversidade cultural e enfatizando a importância da agricultura familiar e camponesa (Ploeg, 2008; Wilkinson, 2008; Rosset e Martínez-Torres, 2012).

Neste texto, analisamos a importância de participação de produtores e consumidores nessas redes alimentares não apenas como indivíduos, mas como cidadãos organizados. A questão é abordada sob dois ângulos: o primeiro em relação a uma democracia alimentar “interna”, no sentido de como as decisões são tomadas, como as tarefas são divididas e como a confiança entre as partes é estabelecida. O segundo, qual a contribuição dessas redes para uma democracia alimentar mais ampla no sentido de formação de parcerias e influências sobre as políticas públicas.

Na primeira parte, apresentamos uma série de iniciativas brasileiras e francesas, tais como as feiras de produtores, as redes de produtores e consumidores (Rede Ecovida no sul do Brasil, Amap na França), as lojas conhecidas como Pontos de Vendas Coletivas (PVC) de produtores e os programas institucionais de alimentação escolar. Na segunda parte, analisamos os modos de coordenação e os processos de tomada de decisão, bem como os papéis dos diferentes atores. Na última parte, investigamos como estas redes de alimentos podem influenciar as políticas públicas em diferentes níveis e induzir a formação de novas alianças entre os atores.

Estudos de caso em circuitos curtos: foco em alimentos de base ecológica

Em cada país, quatro tipos de iniciativas de comercialização foram pesquisadas: feiras de produtores, lojas coletivas de produtores e em rede de produtores (Ecovida no Brasil), cestas para grupos de consumidores (Amap na França) e programas de alimentação escolar. Foram selecionadas experiências em circuitos curtos de comercialização a partir de casos que permitem mostrar um contraste e uma visão sobre esta diversidade.

Os dados foram reunidos ao longo de um período de 10 anos durante projetos de pesquisa anteriores sobre diferentes iniciativas no sul da França (regiões Provence, Alpes, Côte d’Azur e Rhône-Alpes) e no sul do Brasil. Consistem em entrevistas quali-quantitativas e observação direta, bem como em dados secundários e revisões

sobre o tema. Baseado nestas informações, estudamos as características e trajetórias desses circuitos curtos, bem como os modos de coordenação e tomada de decisão (ver a próxima seção).

Na França, os quatro tipos de iniciativas são lideradas por diferentes atores envolvidos com a agricultura orgânica (*bio*), embora veremos mais adiante que certas alianças foram iniciadas em parceria com o sistema de produção convencional. No Brasil, as iniciativas estudadas tiveram uma influência importante de redes imersas em princípios agroecológicos, como é o caso da Rede Ecovida,³ surgida em 1998 como uma organização entre agricultores e consumidores, envolvidos com a agricultura familiar de base ecológica no sul do Brasil. O circuito de comercialização da Rede Ecovida atende os 4 tipos de iniciativas identificadas (feiras, lojas, cestas e programas de alimentação escolar). Na França, normalmente cada tipo de iniciativa é atendida por uma rede específica.

As feiras (agro)ecológicas: espaço social, cultural e educativo

O primeiro tipo de iniciativa que consideramos em ambos os países foram as feiras (agro)ecológicas. Na França, as feiras ao ar livre sempre existiram em grandes e pequenas cidades e mantiveram-se como um canal importante para os produtos locais, bem como para a manutenção das tradições e valores associados a estes produtos. Todavia, com o tempo começaram a envolver menos produtores e mais varejistas, menos produtos frescos locais e mais processados de outras regiões. As feiras tradicionais (*marchés forains*) são muito populares entre os consumidores e misturam produtores convencionais (com produtos artesanais e do *terroir*, com ou sem denominação de origem) e produtos orgânicos certificados (*bio*). Nessas feiras tradicionais os produtores *bio* são minoria, mas o que mais conta para os consumidores são os produtos frescos e locais de produtores reconhecidos. Mais recentemente, diferentes organizações de agricultores (orgânicos e camponeses) começaram a criar feiras exclusivas de produtores, onde só os próprios agricultores podem vender seus produtos e onde a rastreabilidade e a ligação direta com os consumidores são reforçadas (Chiffolleau, 2009). Estas feiras podem ser sazonais (sobretudo em regiões turísticas) ou durar o ano todo. As duas feiras semanais que nos referimos nesse estudo são de diferentes significâncias: a primeira ocorre em uma cidade grande (Marselha) com 850 mil habitantes e envolve cerca de 30 produtores (entre orgânicos e não orgânicos), enquanto o segundo caso é típico de uma pequena cidade (Aubenas, de 13 mil habitantes) e conta com 10 produtores orgânicos certificados.

³ A unidade básica da Rede Ecovida são os núcleos, ou seja, um grupo de agricultores familiares ecológicos (formal ou informalmente organizados), cooperativas e organizações de consumidores, ONGs, produtores familiares e varejistas de produtos ecológicos (lojas de associações, feiras de produtores, cestas), bem como técnicos e instituições envolvidas com a agroecologia. No sul do Brasil a Rede Ecovida é formada por 27 núcleos regionais, abrangendo 200 municípios, 400 grupos e associações (cerca de 3800 famílias), envolvendo em torno de 200 feiras agroecológicas nos três estados – PR/SC/RS (Rede Ecovida, 2014).

No sul do Brasil, as feiras orgânicas são mercados semanais onde os agricultores familiares vendem seus próprios produtos e/ou de terceiros ligados a outras redes de comercialização, como a Ecovida. Três tipos de feiras foram identificadas de acordo com o modo de produção e formas de certificação envolvidos: *feiras orgânicas* com produtores exclusivamente certificados, *feiras mistas* (com barracas de produtos orgânicos dentro de uma feira já tradicional de produtos convencionais) e *feiras agroecológicas* (parte dos produtos são certificados – legumes, frutas e verduras, mesclados com produtos coloniais ou artesanais da região, mas sem certificação).

As *feiras orgânicas* certificadas estão localizadas em grandes cidades como Curitiba (1,8 milhões habitantes) e Porto Alegre (1,4 milhões habitantes) com tradição em termos de feiras de base ecológica desde os anos de 1980. Foi a partir dos anos 2000 que as feiras passaram a ter a maioria dos produtos (verduras, legumes e frutas, sobretudo) certificados com a garantia de qualidade orgânica. Com a aprovação do Decreto-Lei n. 6323/2007, a maioria dos produtores passou da certificação por auditoria para certificação participativa, em reação ao processo de institucionalização da agricultura orgânica que permitiu outras formas de certificação como a certificação participativa e a Organização de Controle Social (OCS), exclusiva para venda direta. Nas cidades brasileiras de médio porte (50 a 500 mil habitantes) encontramos, além de feiras orgânicas, também *feiras mistas*, caracterizadas por um pequeno número de barracas orgânicas dentro de uma feira convencional tradicional, como acontece na França. Cabe destacar que muitos feirantes convencionais não são mais produtores, mas intermediários que revendem produtos de centrais de abastecimento (Ceasa). Em cidades menores do interior (com menos de 50 mil habitantes) encontram-se ainda *feiras agroecológicas* com produtos vegetais certificados (verduras, legumes e frutas) e produtos processados artesanalmente sem certificação (panificação, massas, geleias, sucos, derivados de leite, embutidos, entre outros). Esta distribuição sugere que em cidades menores, onde os laços entre produtores e consumidores são mais fortes, se reduz a necessidade de certificação e se aumenta a venda de produtos locais.

As lojas de produtores: valorização do savoir-faire

O segundo tipo de iniciativa que consideramos em ambos os países são as lojas de associação de produtores ou cooperativas de consumidores (Brasil) e os Pontos de Venda Coletiva (PVC) na França.

Na França, os primeiros Pontos de Venda Coletiva (PVC) surgiram em 1978, na região Rhône-Alpes (RA). Atualmente existem cerca de 300 lojas em toda a França, sendo 30% na região RA, com tendência de crescimento. Os PVC são pequenas lojas mantidas e administradas pelos próprios agricultores, que vendem produtos de uma determinada região (até 100 km, em média), privilegiando produtos frescos locais e da estação, como frutas, legumes, carnes, além de produtos transformados de maneira artesanal (como salames, queijos, vinhos, sucos e pães), entre outros. Alguns produtos possuem a certificação orgânica, mas isso não é uma regra para essas lojas que privilegiam, acima de tudo, produtos locais e formas de produção ambientalmente corretas (como os da agricultura biológica ou da agricultura camponesa “extensiva”).

Uma porcentagem das vendas dos PVC fica para manutenção da loja e funcionários. O objetivo dessas lojas coletivas é melhorar as condições de trabalho do agricultor, diminuir o tempo gasto na comercialização e oferecer aos consumidores diversidade, regularidade e qualidade de produtos originários e típicos de uma região. Os PVC demandam dos agricultores aquisição de novas competências (transformação de produtos, adoção de técnicas sustentáveis) e readequação do trabalho na propriedade para atender as demandas das lojas (novos produtos e relação social com os clientes). Sempre é possível encontrar agricultores na loja (cada produtor deve ficar na loja um meio dia por semana) o que permite que o consumidor encontre sempre um produtor na loja. Nota-se ainda um marketing bem destacado das propriedades com fotos dos produtores, seus produtos e muita informação ao consumidor espalhadas pelas lojas e no sítio eletrônico.

As duas cooperativas de consumidores analisadas no sul do Brasil (Coopet – Cooperativa dos Consumidores de Produtos Ecológicos de Três Cachoeiras e Ecorres – Cooperativa de Consumidores de Produtos Ecológicos de Torres) foram criadas em 1999, no Rio Grande do Sul. Nesse sistema os associados fazem uma pequena contribuição financeira mensal para cobrir os custos operacionais da loja com aluguel, funcionários, impostos, luz, água, telefone, entre outros. Na hora da compra os associados têm um desconto especial (em média 10-15%) sobre os produtos da loja em relação aos outros compradores. As lojas têm uma diversidade de mais de 100 tipos de produtos ecológicos provenientes de cerca de 30 fornecedores, a maioria ligados à Rede Ecovida (Souza, 2008). Os produtos têm de respeitar sazonalidade e a maioria são certificados por meio de sistemas participativos de garantia, seguindo princípios da agroecologia. Segundo Klein (2014), cerca de 40% dos produtores dessas cooperativas também são consumidores habituais. Diferentemente do caso francês, não há obrigação dos produtores permanecerem nestas lojas e nota-se ainda falta de informação e marketing das propriedades para os consumidores.

A forma de gestão destas cooperativas brasileiras na sua criação se assemelhava a de empreendimentos de economia solidária e comércio justo, no qual o envolvimento dos consumidores era considerado necessário na tomada de decisões. Os casos mostram que o engajamento dos consumidores no Brasil é bem menor do que na França.

Grupos de consumidores organizados: engajamento e consumo consciente

O terceiro tipo de iniciativa estudada são as cestas para grupos de consumidores organizados. Na França as Amap (*Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne* - Associações para Manutenção da Agricultura Camponesa ou Familiar) seguem um modelo de iniciativas usualmente lideradas por consumidores como suporte aos agricultores, conhecido nos países de língua inglesa como *Community Supported Agriculture* – CSA (Agricultura Apoiada pela Comunidade ou Consumidor). As primeiras associações foram criadas na França no início de 2001 e atualmente somam cerca de 1.600 grupos de consumidores locais envolvendo aproximadamente 200

mil consumidores.⁴ Esses consumidores fazem contratos de médio prazo (6 meses), muitas vezes com um ou mais produtores que se comprometem a fornecer uma cesta semanal de produtos frescos, a maioria orgânicos. Segundo a carta das Amap, as produções devem ser “sem insumos químicos”. O objetivo deste compromisso recíproco é garantir a viabilidade das propriedades e famílias de agricultores, estabelecendo uma relação equitativa entre produtores e consumidores. Os consumidores também comprometem-se a assumir a responsabilidade por determinadas tarefas e entregas semanais, o que mostra um engajamento e divisão de tarefas. Entretanto, Lamine (2011) destaca que a simetria não é sempre perfeita e os produtores dependem mais dos consumidores do que o contrário.

No Brasil, diferentemente da França, os grupos de consumo organizados são pontuais, mas emergentes. O Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC)⁵ contabilizou em 2015 cerca de 50 grupos de consumo responsável que priorizam os circuitos curtos e alimentos ecológicos. As cestas são mais utilizadas para entregas individuais e ainda são pontuais nos grupos organizados de consumidores, que se inspiram nos modelos da Agricultura Apoiada pelo Consumidor. Existe uma grande diversidade de sistemas de cestas, a maioria por iniciativas particulares de empresas ou produtores que são entregues em domicílio para permitir que os consumidores escolham de antemão seus produtos (entre uma variedade de verduras, legumes e frutas, complementado com produtos processados), ainda que alguns produtos não estejam disponíveis devido a sazonalidade. Os produtores são responsáveis pela gestão das encomendas e entregas. Os consumidores neste sistema individualizado têm pouco engajamento político, apesar de um relacionamento direto com os produtores. Nessa modalidade os consumidores costumam obter bons preços (abaixo do preço dos supermercados e um pouco acima do preço das feiras), além de facilidade na hora do pedido, muitas vezes feitos pela internet.

Outra diferença observada entre os países é que na França as Amap formam redes (locais, regionais e nacionais) onde se discutem valores e práticas sustentáveis, enquanto que no Brasil as iniciativas são pontuais, concentradas em locais onde houve algum tipo de aliança entre atores locais para um trabalho de mobilização e organização mais efetivo.

Mercado Institucional: alimentação escolar saudável e mercado para a agroecologia

O último tipo de rede alternativa de alimentos que analisamos é a alimentação escolar via programas institucionais. Na França, os pais, os consumidores e as organizações da sociedade civil, bem como autoridades locais responsáveis pelas instituições de ensino estão cada vez mais voltadas a inserir alimentos locais e orgânicos nas refeições escolares das crianças. Desde 2008 o governo francês institucionalizou que ao menos

⁴ Disponível em: <<http://www.miramap.org>>.

⁵ Ver Mapa de Feiras Orgânicas e Grupos de Consumo Responsável (disponível em: <<http://feirasorganicas.idec.org.br/>>).

20% dos alimentos servidos em escolas devem ser orgânicos (*bio*). Dependendo do tamanho das cozinhas das escolas e suas características organizacionais e institucionais, diversos tipos de iniciativas surgiram, algumas via cadeia alimentar tradicional e distribuidores (que entregam refeições prontas para escolas), outros diretamente pelas escolas e seus cozinheiros, muitas vezes com a ajuda de redes de produtores orgânicos (Maréchal, 2008; Le Velly e Brechet, 2011). No caso que estudamos em 2009, em Aubenas, o gerente da cozinha central das escolas de uma cidade de médio porte estabeleceu uma parceria com um grupo de produtores orgânicos locais, por meio do qual o planejamento de produção era realizado coletivamente a fim de garantir quantidades suficientes para a cozinha central da escola e remuneração justa aos produtores. O contrato entre ambas as partes é informal, mas funcional.

No Brasil, a comercialização de produtos de base ecológica no mercado institucional começou em 2003, com o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e foi ampliada em 2009 para o Programa Nacional de Alimentação Escolar (Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE). Estes programas visam proporcionar alimento para famílias de baixa renda em situação de insegurança alimentar e nutricional, bem como para os alunos de toda educação básica, incentivando o uso de produtos locais e da agroecologia. Os alimentos ecológicos são comprados de agricultores familiares ou organizações de agricultores por parte dos órgãos de assistência social do governo e das escolas públicas. A aquisição dos alimentos é isenta de licitação sempre que os preços forem compatíveis com o mercado local, numa modalidade descentralizada. Isso acontece por meio do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), que repassa os recursos financeiros diretamente para os estados e municípios, atendendo cerca de 43 milhões de alunos durante 200 dias por ano.⁶ A Lei da Alimentação Escolar (11.947/2009) determina que no mínimo 30% dos recursos repassados pelo FNDE para a alimentação escolar sejam aplicados na compra de produtos da agricultura familiar, com preferência para produtos locais e orgânicos. Dentro desse percentual, os produtos orgânicos certificados recebem um prêmio de 30% em relação aos produtos convencionais, a fim de promover a agroecologia e a qualidade nutricional dos alimentos.

Estudos indicam que o percentual de compra de alimentos da agricultura familiar no Brasil atingiu 67% em 2012, tendo a região sul o maior percentual de compra, com 87% em função de maiores índices de afiliação cooperativa e capital físico e social (Soares et al., 2013). Além disso, estudos apontam que a compra de alimentos da agricultura familiar para a alimentação escolar tem proporcionado mudanças nas práticas alimentares e nas concepções das crianças (Triches e Schneider, 2010; Triches e Grisa, 2015).

Segundo Schimitt e Grisa (2013), estes programas trabalham com uma grande diversidade de produtos reforçando, ainda que não exclusivamente, circuitos locais de produção e o consumo de alimentos saudáveis. No caso do PNAE, a demanda por uma pauta bastante diversificada de alimentos figura como um estímulo à diversifica-

⁶ Disponível em: <<http://www.fnde.gov.br>>.

ção dos sistemas produtivos o que se alinha aos princípios agroecológicos. As autoras destacam que o funcionamento dos mercados institucionais foram construídos com base em regras e normas instituídas pelo atual regime sociotécnico, com defasagens importantes no que tange, por exemplo, as normas de vigilância sanitária, que muitas vezes dificultam a comercialização de produtos da agricultura familiar.

Redes cívicas de alimentos: expressão de uma democracia alimentar

Os casos estudados no Brasil e na França apresentam características similares apesar de especificidades típicas de cada contexto, como veremos a seguir. Além de serem redes alternativas de alimentos, estas experiências de circuitos curtos são também redes “cívicas” no sentido de permitirem, por um lado, a expressão de uma democracia alimentar “interna” e, por outro lado, contribuírem para reforçar a participação da sociedade civil organizada na regulação do sistema agroalimentar, ao lado de dois polos tradicionais como o mercado e o estado (Renting et al., 2012).

O conceito de democracia alimentar implica que todos os membros de um sistema agroalimentar têm igual e efetiva oportunidade para a participação na formação do sistema, bem como conhecimento sobre as formas alternativas relevantes de concepção e operação do sistema (Hassanein, 2008).

Podê parecer surpreendente encontrar tipos similares de iniciativas em diferentes contextos históricos e geográficos. De fato, isso se explica em parte pelas campanhas internacionais e a troca de informações entre pesquisadores e instituições envolvidas no tema (por exemplo, em 2014 foi o ano internacional da agricultura familiar), além de campanhas constantes de movimentos sociais internacionais como a Via Campesina, *Slow Food* e campanhas da Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO), entre outras. Estes movimentos buscam transformar o ato de compra num ato político que reforcem um determinado tipo de produção e consumo.

Os casos franceses e brasileiros apresentam algumas diferenças que necessitam ser abordadas. Embora estas redes alternativas alimentares pareçam bastante semelhantes – se encaixando nas mesmas tendências ou debates internacionais – elas têm diferentes raízes históricas. No Brasil, muitos dos pioneiros da agricultura de base ecológica surgiram no final da década de 1970 como parte do movimento para combater o processo de modernização apoiado pelo regime ditatorial (com os seus efeitos conhecidos de concentração de terra, exclusão da agricultura familiar e intensificação da migração rural-urbana) e foram apoiados por organizações religiosas ou da sociedade civil. A partir dos anos 2000 movimentos sociais brasileiros, semelhante aos casos franceses, foram frequentemente formados por iniciativas de consumidores ou de agricultores e foram apoiados por ONGs, bem como por instituições públicas governamentais (por exemplo, o Ministério do Desenvolvimento Agrário e os serviços de ATER - Assistência Técnica e Extensão Rural).

Enquanto o perfil sociológico dos consumidores nos casos franceses e brasileiros podem ser comparáveis (consumidores de classe média e, normalmente, de nível

educacional elevado, com exceção do público dos programas de governo que são de classe mais baixa), o mesmo não acontece com os agricultores que trabalham nesses circuitos curtos. Na França as redes são frequentemente organizadas por agricultores neorurais (com forte ligação com o meio urbano, o que facilita a interação com os consumidores), maior nível de educação, assistência técnica e frequentemente com fontes de renda suplementar de origem não agrícola. O caso das lojas de produtores (PVC), mostradas anteriormente, permite uma interessante complementariedade entre a participação de tipos de agricultores neorurais e camponeses. Esse perfil tende a facilitar a interação com os consumidores e a formação de redes. No Brasil, embora muitas iniciativas tenham sido lançadas por agricultores neorurais próximos aos grandes centros urbanos, a maioria das experiências ainda tem origem no meio rural e raízes na agricultura familiar, com um menor nível de escolaridade dos agricultores, poucos recursos financeiros e falta de assistência técnica e extensão rural (Darolt, 2012).

Apesar destas particularidades, as diferentes iniciativas apresentam características comuns dentro dos países e entre elas. Estudos apontam que em circuitos curtos os agricultores tendem para um melhor padrão de vida, fortalecendo os laços sociais e potencializando a rede associativa (Deverre e Lamine, 2010; Darolt, 2012; CEPAL/FAO/IICA, 2014). Ademais, há um reconhecimento das interdependências entre produtores e consumidores e uma requalificação alimentar dos consumidores, em contraste com a “desqualificação” induzida por sistemas padronizados e industriais (Jaffe e Gertler, 2006). Para os produtores, estas iniciativas muitas vezes permitem inovações em termos de métodos de produção, transformação, distribuição e comercialização permitindo intercâmbio de experiências e consultorias para os produtores menos experientes.

Para além de comparações entre os países, o que queremos destacar aqui é o significado político do impacto destas redes. Primeiro permitem, em graus variáveis, uma redefinição sócio-organizativa da produção, distribuição e consumo de alimentos saudáveis. Além disso, os hábitos alimentares e dietas podem ser redefinidos em conjunto, especialmente nos casos de grupos organizados de consumidores e da alimentação escolar (Brunori et al., 2011). De fato, observou-se no grupo de consumo das Amap, por exemplo, mudanças nos modos de consumo, com aumento de frutas e legumes na dieta e aumento do consumo de produtos locais e da estação. Em segundo lugar, como veremos com mais detalhes na próxima seção, se desenvolvem regulamentos (por meio de regras como a certificação ou contratos) que levam em consideração não só as práticas agrícolas sustentáveis, mas também as questões sociais, que ajudam a alavancar a compreensão de qualidade superior do alimento de base ecológica, que é também fruto de uma maior negociação entre as partes interessadas (Noe e Alroe, 2011). Em certa medida, representa uma proposta política para reforçar o papel dos atores sociais nos sistemas agroalimentares territoriais. Os quatro tipos de iniciativas de circuitos curtos aqui apresentados tendem a reforçar-se mutuamente, fortalecendo a relação produtor-consumidor e os laços entre áreas rurais e urbanas, bem como as ligações entre os diferentes movimentos sociais em uma determinada região, valorizando o sistema agroalimentar territorial.

Dessa forma, consideramos que é apropriado falar de redes cívicas de alimentos (Renting et al., 2012; Lamine et al., 2012). Usamos essa noção para reconhecer o papel cada vez maior de consumidores e produtores nessas redes, não só como indivíduos ou coletivo de pessoas com um mesmo objetivo, mas também como cidadãos, muitas vezes envolvidos em organizações da sociedade civil promovendo o interesse público. Nessa perspectiva, a produção e o consumo de alimentos são redefinidos como expressões de cidadania, ou seja, atividades que falam não só de preferências individuais, mas também de direitos e responsabilidades morais dos cidadãos (Lockie, 2009).

Nas seções seguintes, vamos explorar as dimensões éticas e sociais dessas redes alternativas sob dois pontos de vista. Em primeiro lugar, analisamos os modos de coordenação e o processo de tomada de decisão dos atores para determinar se podemos falar da emergência de uma democracia alimentar, através da (re)distribuição do poder de decisão entre as diferentes partes interessadas. A partir disso, investigamos o impacto dessas redes em maior escala, ou seja, para além de seus membros e participantes, considerando a sua influência sobre as políticas públicas em diferentes níveis.

Modos de coordenação e tomada de decisão nas redes alternativas de comercialização: confiança fundada nas relações internas

A fim de explorar a forma como o poder de decisão é compartilhado, como a confiança é formada e como uma democracia alimentar pode ser experimentada nos diferentes circuitos curtos estudados, fazemos uma análise comparativa dos modos de coordenação e tomada de decisão dentro dessas redes, considerando algumas questões (Quadro 1):

- Quem são os diferentes atores diretamente envolvidos nesses circuitos curtos?
- Como as regras são codificadas?
- Como a qualidade é entendida e negociada?
- Como a produção agrícola é planejada a fim de ajustar oferta e demanda?

Diferentemente dos circuitos curtos (Quadro 1), nas redes alimentares convencionais em circuitos longos os atores da cadeia alimentar à jusante são dominantes (Schermer et al., 2011), as regras de marketing são baseadas em critérios de qualidade clássicos (aspecto, tamanho, resistência ao transporte, tempo de conservação) e há contratos formais e de longo prazo (que responsabilizam o produtor pelas perdas e possíveis intempéries). Ademais, a confiança é dada por sistemas periciais externos (Giddens, 1990) que atestam a garantia e a qualidade do produto, como no caso dos “selos” de qualidade.

QUADRO 1

Modos de coordenação e tomada de decisão em diferentes iniciativas de circuitos curtos

Tipos de Circuitos Curtos	Atores envolvidos	Codificação (normas e regras)	Definição de qualidade	Planejamento de Produção
Feiras de Produtores	Produtores, associações, redes de comercialização (Ecovida), prefeituras, técnicos da ATER	Normas das feiras; vigilância sanitária; certificação participativa; Organização Controle Social (OCS)	Produto com padrão que atende expectativas do consumidor, mas considera possíveis problemas na produção (chuva, seca, geada, granizo)	Planejamento individual da produção adaptando-se à demanda semanal dos consumidores
Lojas de Produtores/ Cooperativas consumidores	Produtores e consumidores	Regras das lojas e cooperativas; certificação (auditada, participativa, OCS)	Produto que atende as expectativas do consumidor; Produtor na loja para tirar dúvidas dos consumidores	Planejamento coletivo de produção, adaptando-se à demanda da loja
Cestas para Grupos de Consumo Organizado	Produtores e consumidores	Regras em contratos para um ciclo de produção; certificação	Produto que atende expectativas do consumidor e considera os problemas do produtor (visitas as propriedades, folhetos informativos, etc.)	Planejamento entre produtores e consumidores e entre produtores que atendem o mesmo grupo
Mercado Institucional	Produtores, cozinha das escolas, prefeituras municipais, governo estadual e federal	Regras do PNAE; contratos entre escolas e associações de produtores	Preferência por produtos locais frescos e da estação, considerando cardápios elaborados por nutricionistas e merendeiras	Planejamento conjunto entre associações, produtores e escolas, em sintonia com critérios das Secretarias de Educação

Fonte: Adaptado de Lamine, Darolt e Brandenburg (2012).

Nos quatro tipos de circuitos curtos aqui estudados os produtores estão diretamente envolvidos na definição de qualidade e na codificação de regras, estabelecendo formas de ajustar a oferta com a demanda, muitas vezes dividindo a responsabilidade com consumidores e outras organizações, o que confere uma confiança fundada em relações internas (Lamine, 2008). Em todos os casos, existe uma liberdade relativa

em relação aos critérios de qualidade (aspecto, tamanho, cor, forma) abordados no mercado convencional, enquanto que outros critérios são adicionados (frescor, produtos da época, conhecimento da propriedade, confiança no produtor). Na maioria dos casos, os produtores têm acesso direto às expectativas dos consumidores através de sua presença nas feiras, lojas ou entregas e preparo de cestas. Nos pontos de venda coletiva (lojas de produtores da França) e alimentação escolar, os produtores planejam coletivamente a produção, a fim de ajustar a oferta com a demanda dos clientes (consumidores e alunos). No caso das cestas para grupos de consumo organizado, este planejamento de produção também envolve os consumidores com uma visão de médio a longo prazo (o que o produtor pode produzir de produtos da época e o que pode complementar com produtos de outros produtores). Nesses casos, as regras são codificadas de diversas maneiras: contratos de venda ou regras pré-estabelecidas, contratos escritos de médio prazo (6 meses em geral, no caso das associações de consumidores – Amap).

A construção de confiança entre produtores e consumidores, bem como o processo de requalificação mencionado anteriormente dependem destes e outros dispositivos, tais como folhetos semanais, visitas às propriedades, eventos festivos, reuniões regulares que fazem parte do processo de certificação participativa, entre outros. Estes dispositivos são cruciais para a criação não só de normas, mas também de símbolos e identificação comum de valores e de ética (Callon et al., 2007). Estas regras incluem não só as regras de comercialização e critérios de qualidade, como no caso de operações mercantis clássicas, mas também podem abranger dimensões éticas e sociais, tais como a equidade, o bem estar dos produtores, a melhoria de renda das famílias envolvidas e o modo de produção sustentável. No tocante aos modos de produção, alguns sistemas dependem de modos de garantia da qualidade já existentes (como a certificação oficial orgânica), chamados sistemas periciais (Giddens, 1990), enquanto a maioria depende de formas originais de qualificação, como veremos a seguir.

No caso da Rede Ecovida brasileira e das Amap francesas, o estudo de dinâmicas que sustentam essas iniciativas ao longo de um período de tempo (cerca de 10 anos) mostra como seus protagonistas têm adaptado progressivamente os modos de coordenação, a fim de integrar melhor as preocupações éticas. Esta evolução conduziu a elaboração ou adoção de Sistemas Participativos de Garantia (SPG), que implicam que todas as partes envolvidas participam e são corresponsáveis pela garantia de qualidade do produto (Zanasi et al., 2009). Considerando o caso das Amap francesas, identificamos mais de 10 experiências novas no período de um ano, numa dinâmica liderada por questões éticas e sociais informalmente debatidas por comissões de ética, evidenciando uma tendência de migração da certificação por auditoria (sistemas periciais) para a certificação participativa.

No início do movimento das Amap, a fim de determinar quais propriedades podiam ou não fazer parte da rede, foram seguidos valores e princípios escritos em uma carta (*Charte des Amap*), inspirada na carta da agricultura camponesa (*Charte de l'agriculture paysanne*) editada em maio de 2003 e atualizada em 2014 pelo Movimento Regional Inter Amap (Miramap). Um comitê de voluntários composto por consumidores e produtores visitava a propriedade e estabelecia um roteiro para cada propriedade

agrícola em cooperação com o agricultor, definindo um plano de transição para a produção orgânica certificada. Depois de 2003, alguns dos produtores e consumidores começaram a contestar a necessidade de conversão obrigatória e certificação para a agricultura orgânica (*bio*) defendendo, em contrapartida, princípios de confiança, compromisso recíproco e transparência, conferido pela relação direta entre produtores e consumidores. Dentro da controvérsia que emergiu, alguns líderes da rede Amap estiveram de acordo que os produtores, em algumas ocasiões, utilizassem determinados tipos de insumos (proibidos pela lei dos orgânicos) quando nenhuma outra solução fosse possível, desde que isso fosse bem conhecido e debatido com os consumidores. Nestes debates sobre a certificação orgânica, que foram analisados entre 2003 e 2006 (Lamine, 2011), os membros favoráveis a certificação por auditoria reconheceram que, muitas vezes, se desconsideravam as dimensões sociais e humanas, tanto em relação aos agricultores, como aos trabalhadores agrícolas e também nas relações agricultor-consumidor. Assim, a partir de 2007, muitas Amap e suas redes começaram a mudar em direção a outra visão da certificação com base em processos participativos, que se assemelham aos sistemas participativos de garantia já institucionalizados no Brasil. Esse princípio foi reafirmado na revisão da carta de 2014 (Lamine e Rouchier, 2014).

A análise dos debates dentro das redes das Amap também revela outra tendência ao longo da última década: a mudança de agricultura orgânica *stricto sensu* (como definido pela legislação) para a agroecologia. Esta mudança está fortemente ligada a mudanças no sentido de incentivar a certificação participativa e princípios de agroecologia, sobretudo para propriedades familiares, em comparação à certificação por auditoria que normalmente certifica médias e grandes propriedades, dentro de um contexto mais geral de crítica sobre o processo de “convencionalização” da agricultura orgânica, conforme presenciado em outros países (Stassart e Jamar, 2012). Interessados nas Amap, como em muitas outras redes alternativas de alimentos, pretendem uma melhor integração das dimensões éticas e sociais na produção e consumo de alimentos. No entanto, alguns consideram que estas dimensões podem – em alguns casos de escala agroindustrial – ser incompatíveis com a definição legal da certificação orgânica, motivo de apoio a outras formas alternativas de agricultura e de certificação participativa. Essa mudança se encaixa em um amplo fenômeno em nível internacional, em que os movimentos sociais estão dando maior ênfase à agroecologia e à soberania alimentar (Rosset e Martínez-Torres, 2012).

De fato, na última década houve uma tendência dupla de ampliar a certificação participativa e a agroecologia tanto na França como no Brasil, mesmo que de forma diferente nos contextos institucionais dos dois países. Embora a legislação orgânica francesa remonte aos anos 1980, referindo-se a certificação de terceira parte (auditoria) harmonizada com a lei europeia de 1991 (Regulamento CEE N.2092/91), a legislação brasileira é mais recente (Decreto-Lei n. 6323/2007) e distingue três tipos de certificação: 1. certificação por auditoria (terceira parte); 2. certificação participativa; e 3. certificação por meio do controle social (para venda direta, sem uso de selo). Essa última opção ainda é pouco significativa no contexto geral e se aplica para vendas diretas em feiras, onde os produtos orgânicos podem ser vendidos sem certificação, através de um processo de controle social sobre a base de organizações de agricultores

existentes (Organização de Controle Social – OCS). Essa organização pode ser qualquer grupo formal ou informal de agricultores familiares no âmbito do qual as relações de organização, comprometimento e confiança são supostamente fortes.

No Brasil, a rede Ecovida tem sido pioneira na experimentação e na definição da certificação participativa. Dentro desta rede cada núcleo estabelece um Conselho de Ética composto por produtores, consumidores e técnicos. Suas funções incluem inspeção, monitoramento, avaliação e aconselhamento aos agricultores. O processo de certificação baseia-se na avaliação realizada por este Conselho de Ética, com visitas periódicas às propriedades. Um plano de conversão baseado em princípios agroecológicos é definido para cada agricultor, considerando as especificidades ambientais e socioeconômicas da propriedade. Cada visita termina com uma discussão e aconselhamento ao agricultor fornecida pelo próprio grupo, o que faz com que os agricultores se sintam envolvidos e não apenas controlados (Zanasi et al., 2009). Esse processo se assemelha ao que acontece nas Amap francesas.

No caso da rede Ecovida, princípios agroecológicos têm sido defendidos desde o início do movimento, ao passo que nas Amap francesas eles surgiram mais tarde, em um contexto de diferenciação dentro das redes francesas mais próximas da agricultura orgânica (Bellon et al., 2011).

A comparação entre as redes Amap na França e a Rede Ecovida no Brasil revela pontos em comum. Nos concentramos aqui em dois aspectos: primeiro, na mudança para a certificação participativa, que incorpora inovações como os conselhos de ética, os planos de conversão das propriedades, as visitas técnicas de inspeção e as reuniões de monitoramento (que são mais interativas do que o controle técnico clássico em sistemas periciais) e, segundo, na importância de seguir princípios da agroecologia. Se dermos uma olhada mais aprofundada nos princípios e diretrizes de cada rede, encontramos valores e princípios semelhantes que remetem a agroecologia, como: a exclusão de insumos químicos e organismos geneticamente modificados (OGM); um foco na autosuficiência e na diversificação; melhores condições de vida para os agricultores e trabalhadores rurais; aproximação e troca de conhecimento entre produtores e consumidores; abertura das propriedades para visitas externas. Naturalmente, cada rede apresenta também a sua própria especificidade influenciada pelo contexto cultural e social. Por exemplo, no caso da Rede Ecovida há um envolvimento importante da família do agricultor (através de trocas de produtos nos circuitos de comercialização da rede, atividades periódicas nas reuniões dos grupos e núcleos, participação nos grupos de certificação, aconselhamento de outros agricultores) que é muito enfatizada (Zanasi et al., 2009), enquanto que no caso das Amap o engajamento do consumidor e o trabalho voluntário apresentam um foco maior (Lamine, 2005).

Com base na análise dos modos de gestão destas redes alternativas será que podemos falar na emergência de uma democracia alimentar nestes circuitos curtos? Se considerarmos iniciativas específicas como as feiras de produtores, as lojas de produtores, as cestas para grupos de consumidores e os programas institucionais de alimentação escolar (com outros atores engajados como nutricionistas e merendeiras) podemos dizer que existe oportunidade para os atores envolvidos na participação e construção do sistema. Todos esses atores compartilham o poder de decisão, eles ga-

nham mais autonomia e são menos dependentes de outros atores externos. No caso da certificação participativa, como defendido e adotado pela Rede Ecovida e alguns casos das Amap, isso se torna possível, uma vez que implica que todos os interessados participam e são corresponsáveis pela integração entre produção, distribuição e consumo (Zanasi et al., 2009).

No entanto, não podemos generalizar que todos os interessados tenham igual e eficaz oportunidades de participação. Dentro dessas redes, mostramos que a participação do consumidor na formação do sistema é muitas vezes limitada e, no caso de Amap, varia muito de um grupo para outro. A exclusão de produtores que enfrentam muitas dificuldades técnicas ou relacionais também tem sido observada (Dubuisson-Quellier et al., 2011; Lamine, 2011). Além disso, nem todos os consumidores e produtores podem acessar estas redes alternativas, bem como pode existir a exclusão de determinados grupos sociais menos informados e até mesmo de territórios menos desenvolvidos.

Por fim, a definição de democracia alimentar de Hassanein (2008) destaca uma característica importante que diz respeito ao conhecimento e a aprendizagem dos atores, também estudado por outros autores (Stassart e Claeys, 2010; Brunori et al., 2011). Os tipos de circuitos curtos mostrados aqui buscam facilitar a aprendizagem coletiva e a capacitação dos atores (Marsden, 2012), que podem ser potencializados com o apoio de empresas públicas e privadas de assistência técnica e extensão rural existentes no Brasil e o engajamento forte de consumidores (como acontece em algumas Amap francesas) ou ainda em processos de aprendizagem horizontal de agricultor para agricultor (Rosset e Martínez-Torres, 2012).

Alianças entre redes alternativas e sua influência sobre as políticas públicas

Na seção anterior, considerou-se a existência de um tipo de democracia alimentar emergente dentro destas redes, através da distribuição do poder de decisão entre as diferentes partes interessadas. Em um nível mais amplo será que estas redes alternativas podem ter uma influência determinante sobre o sistema agroalimentar dominante e será que podem existir complementariedades?

Existem diferentes maneiras em que as redes alternativas e organizações da sociedade civil buscam influenciar o sistema agroalimentar. Olhando para o consumo, notam-se formas de comércio alternativas como opção e complementariedade ao mercado convencional, além de formas diretas de educação dos consumidores e mobilização da população em campanhas para uma alimentação mais saudável (Dubuisson-Quellier et al., 2011). Com base em uma análise etnográfica conduzida na França em trabalhos anteriores, destacamos como a sociedade civil, principalmente através de organizações ambientais e de consumidores, pode influenciar diretamente na evolução de melhores práticas agrícolas para a agricultura orgânica como na redução

da entrada de insumos ou ainda pressionando as autoridades públicas para tratar de questões ambientais e alimentares (Cardona e Lamine, 2011).

No Brasil, podemos identificar ações semelhantes: em alguns casos, as organizações da sociedade civil iniciam seus próprios projetos para incentivar novos pontos de comercialização direta e facilitar a transição das propriedades convencionais para sistemas orgânicos e agroecológicos de produção, tais como relatado pela rede Ecovida, a fim de viabilizar novos agricultores familiares. Em outros casos, existem incentivos de instituições públicas através de programas governamentais, tais como a implementação de leis e medidas para incentivar o fornecimento de produtos agroecológicos da agricultura familiar na alimentação escolar (PNAE) e para articular ações indutoras de transição agroecológica (Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica – Planapo).

Em outras palavras, as redes de alimentos cívicos podem construir seus próprios sistemas fora do sistema agroalimentar “dominante” ou tentar influenciar esse sistema dominante através de novas políticas públicas (Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica – PNAPO, Decreto n. 7.794/2012, por exemplo), bem como exercendo pressão sobre os agentes econômicos.

Os casos brasileiros e franceses permitem levantar outra questão: como é que as partes interessadas (consumidores, produtores e outros atores) em redes alternativas de alimentos podem se envolver em debates públicos e influenciar políticas públicas? A fim de explorar este ponto temos que considerar o seu impacto tanto em nível local como nacional.

No nível local é preciso estudar a dinâmica das iniciativas ao longo do tempo, ou seja, as trajetórias destas redes, de seus líderes e membros, fazendo com que seja possível avaliar seu envolvimento em debates e políticas locais. No caso da França, o envolvimento dos atores é centrado principalmente em torno de questões de urbanização e de terra (práticas sustentáveis de agricultura; processos de urbanização e acesso dos agricultores à terra), qualidade da água, práticas agrícolas e alimentação escolar (Lamine et al., 2012a).

No Brasil, esses diferentes tipos de redes alternativas de alimentos também têm tentado se envolver em debates públicos e influenciar políticas públicas em matéria de desenvolvimento rural. Essas redes que privilegiam circuitos curtos têm defendido prioridade para modelos de produção baseado em princípios agroecológicos, agricultura familiar e mercados locais, além de discutir questões de paisagem, acesso das pessoas à alimentação em situação de insegurança alimentar, educação para a segurança alimentar e nutricional e mudança de hábitos alimentares.

Exemplos de municípios no sul do Brasil demonstram a importância de políticas de aproximação entre consumidores e produtores, bem como coesão e interação social na efetivação dessas políticas no nível local. Algumas experiências – de algum modo influenciadas por redes alternativas – apontam para uma mudança no nível de consumo estimulado por uma alimentação mais saudável e adequada dos alunos, além de uma revitalização com novas perspectivas de mercado para agricultura familiar e promoção de práticas de produção consideradas menos prejudiciais para o meio ambiente (Triches e Schneider, 2010).

O crescente sucesso dessas redes alternativas na França revela sua influência sobre as políticas e sobre as instituições ligadas à agropecuária que vem gradualmente reconhecendo o seu papel e dedicando maior apoio financeiro para redes de produtores e consumidores, bem como apoio aos serviços de assistência técnica e extensão rural. Poderíamos até falar de um processo emergente de institucionalização de redes alternativas de alimentos, uma vez que, embora elas derivam de iniciativas da sociedade civil, são muitas vezes consideradas pelos formuladores de políticas como uma ferramenta para o desenvolvimento rural, o que justificaria o apoio público.

Há também um crescente reconhecimento de que essas redes alternativas favorecem o aprendizado de novas práticas democráticas, que se tornam fontes de empoderamento e formação de consumidores e produtores politizados, além de impulsionar o desenvolvimento da agroecologia no Brasil (Niederle, 2013; Darolt et al., 2013). Ademais, o foco na agricultura familiar e em programas de alimentação escolar tem influenciado de maneira positiva a construção de novas redes e a formatação de um quadro específico de normas e regras de produção e transformação, que é urgente, sobretudo na legalização das agroindústrias familiares.

Nesse contexto o Brasil enfrenta desafios significativos para conciliar regras de produção agrícolas, transformação de alimentos e preocupações com a segurança alimentar e nutricional, particularmente em relação ao atendimento de questões sanitárias e ambientais de pequenos estabelecimentos familiares. Uma coordenação de políticas públicas é necessária para a regulamentação de agroindústrias familiares, incentivos locais a programas de apoio à transição agroecológica e organização associativa, que são requisitos importantes para consolidar e impulsionar as vendas em circuitos curtos. As políticas e programas de segurança alimentar e nutricional reforçam esse processo, uma vez que são claramente orientadas ao apoio à agricultura familiar como um modelo emergente para garantir a soberania alimentar (Souza e Chmielewska, 2011).

No Brasil, as redes alternativas de alimentos também tiveram uma forte influência sobre a elaboração da lei de produção orgânica, reconhecendo os princípios da agroecologia e a legitimidade de processos de certificação participativa, como uma alternativa à certificação por auditoria (Bertoncello et al., 2008). Na França o movimento da agricultura orgânica (*bio*) tem influenciado normas e regras de produção, privilegiando particularmente o setor agroindustrial. Os princípios agroecológicos presentes na agricultura camponesa (*paysanne*) e a certificação participativa ainda não foram reconhecidos legalmente, apesar de serem cada vez mais presentes dentro das instituições agrícolas (Bellon et al., 2011) e desde 2012 incorporados com destaque na política agrícola governamental da França.

Tanto na França como no Brasil as redes alternativas de alimentos aparecem como movimentos de posicionamento político para defender uma transição para formas mais sustentáveis de produção e consumo. Comparando os casos franceses e brasileiros evidencia-se que a demanda forte e crescente da sociedade civil tem influenciado as políticas públicas de diferentes maneiras, dependendo da trajetória histórica dos movimentos sociais, da mobilização e do engajamento dos produtores e consumidores com a agricultura de base ecológica. Na França, esses movimentos

tiveram um longo período focado na agricultura orgânica (desde 1980), enquanto que no Brasil os movimentos são mais recentes (pós 1990) e diversificados, como evidência a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica implementada em 2012.

A influência que as redes alternativas de alimentos têm sobre as políticas públicas e o sistema agroalimentar está – em maior ou menor grau – relacionada as alianças e parcerias que essas redes são capazes de desenvolver. Iniciativas de comercialização por associações e cooperativas de agricultores organizados em redes podem aumentar a participação dos circuitos curtos na cadeia de abastecimento de alimentos, criando alianças e cooperação com outras categorias de atores sociais (Schermer et al., 2011) e uma nova rede social de agricultores que trabalham com atividades para além do setor agrícola (Cardona, 2012). Em sua discussão sobre democracia alimentar, Hassanein (2008) distinguiu três tipos de alianças: dentro dos movimentos, entre movimentos aliados e entre os movimentos e seus oponentes. Em nossos estudos de caso observamos alianças com aliados de movimentos sociais, ambientalistas, organizações de consumidores, além de movimentos de mulheres e de trabalhadores rurais.

Afim de melhor avaliar a diversidade de redes alternativas e as alianças que permitem influenciar o sistema agroalimentar para além de seu próprio local, sugerimos a noção de sistemas agroalimentares territoriais (Lamine et al., 2012a). No entanto, temos que reconhecer o fato de que as partes interessadas nessas redes alternativas, também se interessam em debates e movimentos em nível internacional. O papel desempenhado pela circulação internacional de conceitos (como os de soberania alimentar e agroecologia) dentro dos movimentos sociais estruturam redes informais e locais de debates, como é o caso da Via Campesina (Rosset e Martínez-Torres, 2012) ou iniciativas como a FAO (Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura) com campanhas (como o ano internacional da agricultura familiar em 2014) que permitem debater políticas e impulsionar iniciativas estratégicas.

Finalmente, alianças com “adversários” também são decisivas. Nos estudos de caso apresentados estes adversários – muitas vezes não percebido como tal pelas partes interessadas – podem ser atores institucionais ou atores privados da cadeia alimentar, como pequenos supermercados ou cooperativas de agricultores. De fato, podem existir complementariedades entre redes alternativas e convencionais. Assim é possível superar a dicotomia clássica entre convencional e alternativo, buscando uma coexistência de diferentes sistemas de produção e comercialização, cada qual formado por distintos atores na busca de formas híbridas, relacionais e complementares de redes alimentares.

Conclusões

Neste artigo analisamos diferentes dimensões de redes alternativas de alimentos no Brasil e na França, investigando como podem induzir a mudanças dentro e fora do contexto alimentar. A fim de pesquisar a diversidade dessas redes, selecionamos quatro tipos de circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos, que vão desde pequenas feiras de produtores, passando por esquemas de cestas para grupos de consumo organizado que apóiam agricultores (muitas vezes apresentados como uma espécie de

forma ideal e radical no sistema de alimentação alternativa, mas que na verdade atingem uma parte muito limitada da população em geral) até iniciativas de mercado institucional como os programas de alimentação escolar que atingem públicos significativos (no Brasil podem chegar a 43 milhões de alunos), o que se transforma num enorme desafio para a agroecologia e ao mesmo tempo numa oportunidade para a agricultura familiar. Apresentamos ainda experiências de lojas de produtores (pontos de venda coletiva) e cooperativas de consumidores, duas formas históricas de redes de alimentos na França que estão experimentando um renascimento no contexto atual e se mostrando como uma estratégia emergente no Brasil.

Os resultados apontam para um tipo de democracia alimentar que está em jogo dentro destes circuitos curtos de comercialização de alimentos, através de modos de gestão participativa e tomada de decisões que tendem a ser articuladas de maneira a compartilhar o poder entre os diferentes participantes. Observou-se que as redes alternativas favorecem o aprendizado de novas práticas democráticas que se tornam fontes de empoderamento e formação de consumidores e produtores mais politizados, além de impulsionar o desenvolvimento da agroecologia. Em seguida, analisou-se o impacto dessas redes de alimentos na escala do sistema agroalimentar, ou seja, para além dos seus participantes. Vimos que há possibilidade de influenciar políticas públicas desde que se criem alianças e cooperações entre atores sociais no nível local, nacional e também no nível internacional, como demonstrado na legitimação do processo de certificação participativa e da agroecologia, com mecanismos de venda direta que aportem uma garantia da qualidade orgânica. Esta influência mais ampla também pode ser investigada, concentrando-se sobre o modo como essas redes sugerem conceitos e ideias que progressivamente se espalham e se moldam em debates sobre alimentação, saúde e questões de desenvolvimento rural. Isso não significa que as relações de poder entre os atores sociais da cadeia alimentar desaparece em tais redes alternativas, todavia se melhora o grau de autonomia e independência dos produtores.

Outro ponto importante diz respeito à realocização da produção e consumo de alimentos. Esse processo pode ter êxito em locais onde produtores e consumidores têm habilidades sociais disponíveis para iniciar alianças e criar novas redes alternativas. Esta realocização é muitas vezes limitada pela produção de alimentos disponíveis dentro de uma determinada região (em termos de diversidade e regularidade). Nos casos estudados observou-se que o circuito de circulação e comercialização da Rede Ecovida de agroecologia sugere uma interessante forma de superar esta limitação, através de um sistema de rotas (curtas, médias e longas) de comercialização de alimentos, que permitem um intercâmbio e a circulação de produtos entre regiões do sul e sudeste do Brasil atendendo os próprios produtores, as feiras, as cestas para grupos organizados, as lojas de cooperativas e os programas de alimentação escolar, entre outros.

Um último ponto a levantar diz respeito aos modos de coordenação e tomada de decisões nas redes. O estudo mostrou que a influência efetiva dessas redes de alimentos no sistema agroalimentar mais amplo depende de alianças que são capazes de se construir com movimentos similares, mas também com instituições e outros atores do sistema dominante que trabalham em circuitos longos. Formas originais de governança (como acontece em cooperativas de produtores e consumidores e lojas

de produtores) devem ser aprimoradas permitindo envolver não só os produtores, os consumidores e os trabalhadores, mas também autoridades locais e organizações da sociedade civil. Finalmente, outras pesquisas devem investigar como as redes de alimentos podem adotar novas formas de coordenação e gestão, arranjos e inovações que permitam sanar os problemas de falta de mão de obra e atingir a maior parte da população.

Referências

- AGENCE BIO. *Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France*. Paris: Agence Bio. Édition 2015. Disponível em: <<http://www.agencebio.org/>>. Acesso em: 14 de maio de 2015.
- ALLEN A.; FITZSIMMONS, M.; GOODMAN, M.; WARNER, K. Shifting plates in the agri-food landscape: the tectonics of alternative agri-food initiatives in California. *J. Rural Stud*, 19, 1, p. 61-75, 2003.
- AUBRY, C.; KEBIR, L. Shortening food supply chains: A means for maintaining agriculture close to urban areas? The case of the French metropolitan area of Paris. *Food Policy*, 41, p. 85-93, 2013.
- BELLON, S.; LAMINE, C.; OLLIVIER, G.; ABREU, L. S. The relationships between organic farming and agroecology. In: ISOFAR Congress. Koreaia. 2011.
- BERTONCELLO, B.; BELLON, S.; DE ABREU, L. S. Construction and implementation of an organic agriculture legislation: the Brazilian case. In: 16th IFOAM Organic World Congress, Modena, Italy, June 16-20, 2008.
- BLANC, J.; KLEDAL, P. The organic sector of Brazil: Prospects and constraints of facilitating smallholder inclusion. *J Rural Stud*, 28 (1), p. 142-154, 2012.
- BRANDENBURG, A. Movimento agroecológico: trajetórias, contradições e perspectivas. *Revista Desenvolvimento e Meio Ambiente*, Curitiba, n. 6, jul./dez. 2002.
- BRUNORI, G.; ROSSI, A.; MALANDRIN, V. Co-producing transition: Innovation processes in farms adhering to solidarity-based purchase groups (GAS) in Tuscany, Italy. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 18, p. 28-53, 2011.
- CALLON, M.; MILLO, Y.; MUNIESA, F. *Market Devices*. Oxford: Blackwell. 2007.
- CARDONA, A. *Territorial agri-food systems: relinking farming to local and environmental stakes to change farming systems*. IFSA, Aarhus, July 2012.
- CARDONA, A.; LAMINE, C. Emergence of new forms of collective action and governance through alternative food networks: the case of an “Amap” in France. In: XXIV ESRs Congress, Chania (Grèce), aug, 2011.
- CEPAL/FAO/IICA. Fomento de circuitos cortos como alternativa para la promoción de la agricultura familiar. *Boletín CEPAL/FAO/IICA*, n. 2, 13p, 2014.
- CHIFFOLEAU, Y. From Politics to Co-operation: The Dynamics of Embeddedness in Alternative Food Supply Chains. *Sociologia Ruralis*, 49 (3), p. 218-235, 2009.
- DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. *Agriculturas*, v. 10, n. 2, p. 8-13, jun. 2013.

- DAROLT, M.R. *Conexão Ecológica: novas relações entre produtores e consumidores*. Londrina: IAPAR, 2012. 162 p.
- DEVERRE, C.; LAMINE, C. Les systèmes agroalimentaires alternatifs: Une revue de travaux anglophones en sciences sociales. *Economie Rurale*, 3, n. 317, p. 57-73, 2010.
- DUBUISSON-QUELLIER, S.; LAMINE, C.; LE VELLY, R. Is the consumer soluble in the citizen? Mobilization in alternative food systems in France. *Sociologia Ruralis*, 51, 3, p. 304-323. 2011.
- DUPUIS, M.; GOODMAN D. Should we go “home” to eat? towards a reflexive politics in localism. *J. Rural Stud*, 21, 3, p. 359-371, 2005.
- FEAGAN, R. The place of food: mapping out the “local” in local food systems. *Prog Hum Geog*, 31, 1, p. 23-42, 2007.
- GIDDENS, A. *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press. 1990.
- GOODMAN, D. *Place and space in alternative food networks: Connecting production and consumption*. London: Department of Geography, King’s College, 2009.
- GOODMAN, D.; DUPUIS, M.; GOODMAN, M. *Alternative Food Networks: Knowledge, Practice, and Politics*. New York: Routledge, 2012.
- GOODMAN, D.; WATTS, M. (Ed.). *Globalising food: agrarian questions and global restructuring*. London: Routledge, 1997.
- GRISA, C.; SCHNEIDER, S. Três gerações de políticas públicas para a agricultura familiar e formas de interação entre sociedade e estado no Brasil. *Rev. Econ. Sociol. Rural* (online), vol. 52, suppl. 1, p. 125-146, 2014.
- HASSANEIN, N. Locating food democracy: Theoretical and practical ingredients. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 3, p. 286-308, 2008.
- IPARDES/IAPAR. *O mercado de orgânicos no Paraná: caracterização e tendências* / Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social e Instituto Agrônômico do Paraná. Curitiba: IPARDES, 2007. 188 p.
- JAFFE J.; GERTLER M. Victual vicissitudes: Consumer deskilling and the (gendered) transformation of food systems. *Agr Hum Values*, 23, p. 143-162, 2006.
- KLEIN, A. D. Análise da cadeia de suprimentos e distribuição de produtos orgânicos comercializados por cooperativas de consumo em Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. 102p.
- KLUTH, B.; BOCCHI JR., U.; CENSKOWSKY, U. *Pesquisa sobre o comportamento e a percepção do consumidor de alimentos orgânicos no Brasil – 2010*. München: Organic Services e Jundiaí-SP: Vitalfood, 2011, 38p.
- LAMINE, C. Changer de système: une analyse des transitions vers l’agriculture biologique à l’échelle des systèmes agri-alimentaires territoriaux. *Terrains et Travaux*, 20, p. 139-156, 2012.
- LAMINE, C. Les AMAP: une écologisation négociée ou de nouvelles formes de normalisation inéquitable? In: BARREY, S.; KESSOUS, E. (Dir.). *Consommer et protéger l’environnement. Opposition ou convergence?* Paris: l’Harmattan, 2011.
- LAMINE, C. *Les intermittents du bio*. Pour une sociologie pragmatique des choix alimentaires émergents. Paris: Ed. Quae/MSH (Natures Sociales), 2008.

- LAMINE, C. Settling the shared uncertainties: local partnerships between producers and consumers. *Sociologia Ruralis*, 45, p. 324-345, 2005.
- LAMINE, C.; DAROLT, M. R.; BRANDENBURG, A. The civic and social dimensions of food production and distribution in alternative food networks in France and Southern Brazil. *International Journal of Sociology of Agriculture & Food*, v. 19, n. 3, p. 383-401, 2012.
- LAMINE, C.; RENTING, H.; ROSSI, A.; WISKERKE, H.; BRUNORI, G. Agri-food systems and territorial development: innovations, new dynamics and changing governance mechanisms. In: DARNHOFER, I.; GIBBON, D.; DEDIEU, B. (Dir.). *The farming systems approaches into the 21st century: The new dynamics*. Dordrecht: Ed. Springer, 2012a.
- LAMINE, C.; ROUCHIER, J. *D'une charte l'autre*. Le processus de revision de la charte des AMAP comme indicateur d'une institution qui se renforce? 21p. [s/l]: [s/n], 2014.
- LE VELLY, R.; BRECHET J. P. Le marché comme rencontre d'activités de régulation. Initiatives et innovations dans l'approvisionnement bio et local de la restauration collective. *Sociologie du travail*, v. 53, n. 4, p. 478-492, 2011.
- LOCKIE S.; KITTO, S. Beyond the farm gate: production-consumption networks and agri-food research, *Sociol Ruralis*, 40, 1, p. 3-19, 2000.
- LOCKIE, S. Responsibility and agency within alternative food networks: assembling the "citizen consumer". *Agriculture and Human Values*, 26, p. 193-201, 2009.
- LYSON, T. A. *Civic agriculture. Reconnecting Farm, Food, and Community*. Hanover and London: University Press of New England, 2004. 136p.
- MARÉCHAL, G. *Bien manger dans les territoires?* Dijon: Educagri, 2008.
- MARSDEN, T. Third Natures? Reconstituting Space through Place-making Strategies for Sustainability. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 19, 2, p. 257-274, 2012.
- MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis*, v. 40, n. 4, p. 424-438, 2000.
- NIEDERLE, P.A. Construção social de mercados e novos regimes de responsabilização no sistema agroalimentar. *Agriculturas*, v. 10, n. 2, p. 5-7, jun. 2013.
- NOE, E.; ALROE, H. F. Quality, Coherence and Co-operation: A Framework for Studying the Mediation of Qualities in Food Networks and Collective Marketing Strategies. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 18, 1, p. 12-27, 2011.
- PLOEG, J. D. van der. *Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.
- PLOEG, J. D. van der; RENTING, H.; BRUNORI, G.; KNICKEL, K.; MANNION, J.; MARSDEN, T.; DE ROEST, K.; SEVILLA-GUZMAN, E.; VENTURA, F. Rural Development: From Practices and Policies towards Theory. *Sociologia Ruralis*, 40, 4, p. 391-408, 2000.
- REDE ECOVIDA. *Alguns números da Rede*. Disponível em: <<http://www.ecovida.org.br/a-rede/>>. Acesso em: 12 ago. 2014.
- RENTING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning*, v. 35, p. 393-411, 2003.
- RENTING, H.; SCHERMER, M.; ROSSI, A. Building Food Democracy: Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, v. 19, n. 3, p. 289-307, nov. 2012.

- ROSSET, P. M.; MARTÍNEZ-TORRES, M. E. 2012. Rural social movements and agroecology: context, theory, and process. *Ecology and Society* 17(3), 17, 2012.
- SANTOS, L. C. R.; FONSECA, M. F. (Org.). *Construindo a certificação participativa em rede no Brasil*: cartilha para subsidiar as oficinas locais. Florianópolis: Grupo de Agricultura Orgânica, 2004, 44 p.
- SCHERMER, M.; RENTING, H.; OOSTINDIE, H. Collective farmers' marketing initiatives in europe: diversity, contextuality and dynamics. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 18, 1, p. 1-11. 2011.
- SCHMITT, C. L.; GRISA, C. Agroecologia, mercados e políticas públicas: uma análise a partir dos instrumentos de ação governamental. In: NIEDERLE, P.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (Org.). *Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura*. Curitiba: Kairós, 2013, p. 215-266.
- SOARES, F. V. et al. *Structured Demand and Smallholder Farmers in Brazil: the case of PAA and PNAE*. Brasília: IPC/WFP, 2013.
- SOUZA, D.; CHMIELEWSKA, D. Public Support to Food Security in India, Brazil and South Africa: Elements for a Policy Dialogue. *IPC-IG Working Paper* 80. Brasília: International Policy Centre for Inclusive Growth, 2011.
- SOUZA, J. Z. C. *Comércio solidário na prática do núcleo litoral solidário da rede ecovida de agroecologia*. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural. Faculdade de Ciências Econômicas, UFRGS, Porto Alegre, 2008. 181 p.
- STASSART, P.; CLAYES, C. Agroécologie, le chainon manquant. In: ISDA Congress, Montpellier, 28-30 Juin 2010.
- STASSART, P.; JAMAR, D. Agriculture biologique et verrouillage des systèmes de connaissances. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, n. 5, p. 117-131, jan./jun. 2012.
- TOVEY, H. "Local Food" As a Contested Concept: Networks, Knowledges and Power in Food-based Strategies for Rural Development. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 16 (2), p. 21-35, 2012.
- TRICHES, R. M.; GRISA, C. Entre mudanças e conservadorismos: uma análise dos programas de aquisição de alimentos (PAA e PNAE) a partir da retórica da intransigência. *Revista NERA*, Presidente Prudente, Ano 18, n. 26, Ed. Especial, p. 10-27, 2015.
- TRICHES, R. M.; SCHNEIDER, S. Alimentação Escolar e agricultura Familiar: reconectando o consumo à produção. *Saúde e Sociedade*, São Paulo, v. 19, n. 4, p. 933-945, 2010.
- WILKINS, J. Eating Right Here: Moving from Consumer to Food Citizen. *Agr Hum Values*, 22, 3, p. 269-273, 2005.
- WILKINSON, J. *Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008. (Série Estudos Rurais).
- ZANASI, C.; VENTURI, P.; SETTI, M.; ROTA, C. Participative organic certification, trust and local rural communities development: the case of Rede Ecovida. *New Medit*, 8, n. 2, p. 56-64, 2009.

Um retrato das redes agroalimentares alternativas na China¹

Zhenzhong Si
Theresa Schumilas
Steffanie Scott

Introdução

Estudiosos dos sistemas agroalimentares têm apontado para o rápido avanço da industrialização da agricultura, com a concentração da produção e do processamento de alimentos, o predomínio dos supermercados no varejo de alimentos e mudança nos padrões de consumo alimentar. Em meio a essas profundas transformações, a construção, as implicações e a evolução das redes agroalimentares alternativas (RAAs), ou sistemas alternativos de abastecimento alimentar (Watts et al., 2005), têm despertado muito interesse na academia desde meados da década de 1990 (p.ex., Goodman, 2003; 2004; Maye et al., 2007; Tregear, 2011). As RAAs “têm raízes em determinados locais, [e] buscam ser economicamente viáveis tanto para agricultores como para consumidores, utilizam práticas de produção e de distribuição que não causam danos ao meio ambiente, e promovem a equidade social e práticas democráticas entre todos os

¹ Tradução por Regina Beatriz A. Vargas e Revisão Técnica de Sergio Schneider.

membros da comunidade” (Feenstra, 1997, p. 2). As redes agroalimentares alternativas proliferaram como um reflexo da industrialização do setor alimentar, mas também enfrentam desafios de “adaptação” (ver Goodman et al., 2012). Há uma variedade de RAAs que inclui iniciativas de agricultura comunitária (AC) (Feagan e Henderson, 2009; Lang, 2010), feiras de agricultores (Kirwan, 2004; 2006; Brown e Miller, 2008; Smithers et al., 2008; Beckie et al., 2012), clubes ou grupos de compras (Little et al., 2010), programas de compras públicas (Allen e Guthman, 2006; Kirwan e Foster, 2007), hortas comunitárias e outras (ver Goodman e Goodman, 2008; Tregear, 2011; Reynolds, 2000). As principais (e mais conhecidas) iniciativas e organizações da sociedade civil que se estruturam como redes agroalimentares alternativas encontram-se no Reino Unido e outros países da Europa ocidental e na América do Norte. Por outro lado, as iniciativas surgidas nas economias emergentes tendem a ser mais recentes e têm recebido pouco reconhecimento (ver, contudo, Abrahams, 2007; Rocha e Lessa, 2009; Freidberg e Goldstein, 2011; Shi et al., 2011a; Scott et al., 2014).

Como a segunda maior economia do mundo e o maior entre os países em desenvolvimento, a China vem experimentando um rápido crescimento tanto na produção quanto no consumo de alimentos, assim como transformações fundamentais em seu sistema agroalimentar. De um país que lutava por suficiência alimentar para um país que tem estado imerso em crises de segurança alimentar nos últimos anos, pouco a pouco a China vem mudando seu sistema de abastecimento de alimentos, passando de um modelo centrado no estado e focado na segurança dos alimentos para um sistema com a crescente, ainda que incipiente, participação do setor privado e da sociedade civil (Scott et al., 2014). Ativistas do setor de alimentos chinês vêm adaptando iniciativas de produção e de abastecimento alternativas implementadas na América do Norte e na Europa, como a produção de alimentos orgânicos, agricultura comunitária, feiras e grupos de compras. Algumas outras iniciativas endógenas tais como “agricultura de fim de semana” também estão prosperando (Liu, 2012). Contudo, embora se identifiquem alguns estudos sobre agricultura orgânica e ecológica na China (ver Shi, 2002; Thiers, 2002; 2005; Ye et al., 2002; Shi e Gill, 2005; Sanders, 2000; 2006; Sheng et al., 2009; Qiao, 2010), redes agroalimentares alternativas como a Agricultura Comunitária, feiras de agricultores e grupos de compra (e.g., Shi et al., 2011a; Scott et al., 2014) têm recebido menos atenção por parte dos estudiosos da academia. Há, também, alguns estudos sobre redes agroalimentares alternativas em outros países em desenvolvimento. A ausência de redes agroalimentares alternativas chinesas na literatura da área agroalimentar deve-se, em parte, ao fato de essas redes terem sido conceituadas em um contexto ocidental, mas também porque, na China, a maioria dos empreendimentos agroalimentares alternativos surgiu apenas a partir de 2008.

Em resposta a essas lacunas identificadas na literatura, o presente trabalho propõe a seguinte questão: o que caracteriza as redes agroalimentares alternativas chinesas e em que essas se diferenciam das RAAs ocidentais? Para caracterizar as redes agroalimentares alternativas na China, inicialmente esboçamos uma tipologia, a qual abarca os vários empreendimentos alimentares chineses que, segundo os padrões ocidentais, seriam caracterizados como RAAs. Em seguida, identificamos alguns casos

específicos para entrevistas e visitas de campo, com vistas a descobrir como surgiram e como funcionam. Dentre esses casos empíricos, investigamos suas características, tais como princípios básicos, valores inerentes e contradições internas para averiguar seu caráter alternativo. Os elementos que definem o caráter alternativo dessas iniciativas são também os que as distinguem de suas similares ocidentais.

O texto está estruturado da seguinte forma: primeiro, apresentamos um breve apanhado do que se define como “caráter alternativo” na literatura sobre redes agroalimentares alternativas. Em segundo lugar, discorremos sobre o surgimento de iniciativas agroalimentares alternativas na China, em relação à crescente preocupação em torno da segurança alimentar. Em terceiro lugar, desmembramos o conceito de “alternativo” em seus diversos elementos e os examinamos em comparação a quatro tipos de redes alternativas de distribuição de alimentos existentes na China. Finalmente, analisamos a contextualização das redes agroalimentares alternativas chinesas e expomos nossas conclusões.

Este trabalho contribui para a literatura sobre redes agroalimentares alternativas em pelo menos três aspectos. Primeiro, ele aporta um complemento importante ao conhecimento atual sobre Redes Agroalimentares Alternativas baseado nas experiências de economias industrializadas, evidenciando um quadro bastante distinto de motivações dos consumidores para participarem de RAAs na China. Em segundo lugar, amplia o atual conhecimento sobre a noção de “alternativo” em relação às redes agroalimentares alternativas, ao oferecer um panorama das análises anteriores e um desdobramento da condição de alternativo em oito elementos: produção ecológica, alimento saudável, produção de pequena escala, produção ética, aquisição local de alimentos, alimento sazonal, fortalecimento dos laços sociais e das relações interpessoais e novas formas de associação nas redes agroalimentares alternativas. Em terceiro lugar, esse desvelamento das dimensões de alternativo provê um quadro analítico para caracterizar as redes agroalimentares alternativas emergentes que não desenvolveram totalmente seu caráter alternativo.

Métodos de pesquisa

A coleta de dados utilizou como método principal entrevistas semiestruturadas com atores chave do setor da agricultura ecológica. A equipe de pesquisa conduziu mais de 120 entrevistas ao longo de 6 meses de trabalho de campo em 2011, 2012 e 2013. O trabalho de campo cobriu 13 províncias e municípios da China, incluindo Beijing, Liaoning, Shandong, Henan, Anhui, Jiangsu, Shanghai, Zhejiang, Sichuan, Chongqing, Guangxi, Fujian e Hainan. Os entrevistados tinham diferentes níveis de formação e experiência e incluíram empregados e proprietários de estabelecimentos agrícolas produtores de alimentos orgânicos e ecológicos (*green food*)², representantes

² Alimentos ecológicos (*green food*), na China, têm padrão de qualidade um pouco inferior ao estabelecido para os alimentos orgânicos (ver Scott et al., 2014).

de organismos certificadores de produção orgânica, agentes governamentais, associações de consumidores, ONGs e lideranças comunitárias, e pesquisadores.

Do total de entrevistas, 42 foram conduzidas com administradores e trabalhadores de unidades agrícolas ecológicas inclusive empreendimentos de agricultura comunitária. Quatro entrevistas foram conduzidas com organizadores de feiras livres de agricultores. Representantes dos três mais importantes grupos de compras da China foram entrevistados. Foram conduzidas cinco entrevistas com empreendimentos agrícolas de locação de lavouras recreativas. Vinte entrevistas envolveram agentes governamentais. Trinta e duas foram conduzidas com pesquisadores da área da agricultura orgânica e ecológica da China. Foram conduzidas, ainda, onze entrevistas com agências certificadoras de produtos orgânicos e outras dez com diretores e funcionários de organizações não governamentais (ONGs).

A maior parte dos entrevistados foi identificada através da técnica de amostragem por bola de neve. Os demais foram identificados através de contatos pessoais e acadêmicos, dos veículos da mídia, redes sociais virtuais, e conferências e exposições nacionais sobre agricultura orgânica. A duração das entrevistas variou entre 30 minutos e 5 horas. Todas, com exceção de cinco, foram conduzidas em chinês e posteriormente transcritas e traduzidas.

Além das entrevistas, recorremos a informação de fontes secundárias, incluindo boletins e publicações não acadêmicas, *websites*, fóruns de discussão em blogs, cobertura da mídia, exposições de alimentos orgânicos, bem como uma conferência anual sobre Agricultura Comunitária realizada na China. Também foram visitadas, em três ocasiões, feiras de agricultores em Beijing e em Shanghai. Para a análise qualitativa, buscaram-se evidências das principais dimensões do caráter alternativo identificadas nas redes agroalimentares alternativas ocidentais. Também foram captados temas importantes apontados pelos entrevistados e que não necessariamente eram esperados na pesquisa, tais como disputas envolvendo o termo “orgânico” utilizado na feira de agricultores denominada Feira do Campo de Beijing.

Dimensões do caráter alternativo dentre as Redes Agroalimentares Alternativas

Entre as várias facetas das redes agroalimentares alternativas que têm capturado a atenção dos acadêmicos da área agroalimentar, um tema interessante é o da “alternatividade”. De fato, o caráter alternativo das RAAs não deve ser tomado *a priori* ou como algo dado. Ao contrário, sua presença e caracterização devem ser examinadas em contextos socioeconômicos e políticos específicos. Embora as redes agroalimentares alternativas sejam caracterizadas, geralmente, como iniciativas fundadas em valores, em contraposição ao sistema convencional da indústria alimentar (Whatmore et al., 2003; Goodman e Goodman, 2008), alguns pesquisadores veem problemas neste binário alternativo/convencional, afirmando que nem sempre ele é útil e que tampouco reflete a complexidade dos casos específicos (por exemplo, Hinrichs, 2000; Jarosz, 2008; Wilson, 2013). Tal dicotomia faz com que se desconsidere a heterogeneidade

das redes agroalimentares alternativas, além de obscurecer as diferenças entre iniciativas “alternativas”. Uma estratégia possível para resolver esta contradição seria reconceituar tais iniciativas, por exemplo, utilizando a noção de *espaços alimentares autônomos* de Wilson (2013). Segundo este autor (2013, p. 720), os espaços alimentares autônomos “fundam-se em um desejo de desvincular-se dos sistemas capitalistas de abastecimento alimentar para construir novas identidades e novas relações sociais e econômicas”. Tal reconceituação, contudo, ainda corre o risco de demasiada simplificação. A conotação política de “autônomo” pode enfatizar excessivamente a faceta política das redes agroalimentares alternativas e ofuscar outras dimensões da alternatividade. Jones et al. (2010) propuseram, em lugar disso, uma mudança de foco da “alternatividade” para a “sustentabilidade”. Propomos que um outro modo de abordar o problema dessa dicotomia seria, primeiro, reconhecer a heterogeneidade das RAAs e, então, desdobrar seu caráter “alternativo” em seus diversos elementos.

Embora a caracterização dicotômica dos espaços alimentares como “alternativos” ou “convencionais” possa mostrar-se por demais simplista e problemática (Sonnino e Marsden, 2006), iniciativas de abastecimento alimentar tais como agricultura comunitária, feiras de agricultores e grupos de compras portam atributos específicos que as distinguem, em diferentes graus, dos mercados convencionais e, portanto, respaldam sua alternatividade. Como apontam Whatmore et al. (2003, p. 389), essas novas iniciativas são geralmente conceituadas sob a ampla denominação de redes agroalimentares alternativas, com base em três principais dimensões de “alternatividade” que compartilham:

1. ... sua constituição como mercados de alimentos que redistribuem valor através da rede, em contraposição à lógica de produção em massa de mercadorias;
2. [elas] restabelecem a “confiança” entre produtores e consumidores de alimentos; e
3. [elas] expressam novas formas de associação política e de governança de mercados.

Ainda que essas dimensões das redes agroalimentares alternativas, das esferas econômica, social e política, encerrem a maior parte de suas principais características, podemos agregar-lhes uma quarta dimensão que é a alternatividade ecológica (ver Jones et al., 2010). A alternatividade ecológica refere uma característica comum a muitas RAAs, na medida em que essas adotem práticas de produção ecológicas. Essas quatro principais dimensões da alternatividade conformam os discursos fundamentais sobre redes agroalimentares alternativas e respaldam o tensionamento dessas redes frente ao sistema industrial e neoliberal hegemônico de abastecimento alimentar.

A primeira dimensão de alternatividade identificada por Whatmore et al. (2003) refere-se à distribuição de valores a pequenos proprietários ao longo da cadeia. Redes locais e alternativas têm, em geral, o propósito de promover a viabilidade econômica da agricultura local, por meio do estabelecimento de mercados locais estáveis e de cadeias de valor mais curtas (Allen et al., 2003). A oposição das redes agroalimentares

alternativas à “lógica da produção em massa” (Whatmore et al. 2003, p. 389) reflete-se na promoção de agricultura comunitária, feiras de agricultores e empreendimentos agrícolas independentes, de pequena escala. Embora estudos empíricos demonstrem que nem sempre as RAAs assegurem maiores rendimentos aos pequenos produtores locais (Brown e Miller, 2008; Goodman, 2009), a importância conferida pelos ativistas do campo dos sistemas alimentares à alternatividade relativa à distribuição de valor é tal que, segundo Allen (2010, p. 300), o movimento de reforma agrária estadunidense, o qual sustenta a crença da “primazia moral e econômica da agricultura”, enfatiza a viabilidade das propriedades agrícolas familiares em detrimento de outras problemáticas de justiça social.

A segunda dimensão de alternatividade das redes agroalimentares alternativas é a “reconexão” entre produtores e consumidores. Os discursos do sistema alimentar alternativo dão destaque aos modos locais de produção e distribuição (Allen et al., 2003; Feagan, 2007) e às interações diretas que reconectam consumidores e produtores (Holloway et al., 2006; Wiskerke, 2009). A comunicação face a face nas redes agroalimentares alternativas comporta relações que extrapolam as trocas impessoais de mercadorias e serviços, constituindo vínculos que incorporam um “sentimento de consideração” pessoal (Kirwan, 2004). A empatia – “laços sociais, relações interpessoais e boa vontade da comunidade” infundidos – é o que define a inserção social das iniciativas agroalimentares alternativas tais como feiras de agricultores e agricultura comunitária (Hinrichs, 2000, p.301). Consequentemente, a “reconexão” entre produtores e consumidores, juntamente com a “recolocação” e a “relocalização” são vistos pelos estudiosos da área agroalimentar como algumas das mais importantes características das iniciativas agroalimentares alternativas (Kirwan, 2004; Watts et al., 2005; Wiskerke, 2009). Isso sugere ser a “reciprocidade” entre consumidor e produtor, ao invés da dominação de uma das partes, o que define a “reconexão”. Tal interpretação da “reconexão” tem como consequência um foco específico sobre a “confiança” na literatura sobre redes locais agroalimentares (ver Jarosz, 2000). A perspectiva político-econômica nos estudos sobre redes agroalimentares alternativas vê o local como um espaço de resistência e, ao enfatizar as relações espaciais, volta seu interesse para a micropolítica do lugar e para as relações de confiança e de reciprocidade. Reconexão e confiança são vistas como componentes intrínsecos à alternatividade nos discursos das RAAs.

A terceira dimensão da alternatividade identificada na literatura sobre redes agroalimentares alternativas é a busca de novas formas de governança e de agendas políticas dos sistemas alimentares, como o florescimento de associações e organizações não governamentais na área alimentar (por exemplo, *Toronto Food Policy Council*, *American Community Gardening Association*). As iniciativas agroalimentares alternativas são vistas como potenciais catalisadoras de mudanças nas estruturas institucionais de abastecimento alimentar. A política alimentar vem se tornando uma arena em que vários atores lutam para reconfigurar a produção, consumo e regulação dos alimentos (por ex. Nestle, 2007). Alguns pesquisadores (Lyson, 2004; Alkon, 2008) apontam que a agricultura e o consumo sustentáveis podem “fortalecer a democracia”. Os estudos de Alkon (2008), na Califórnia, e de Beckie et al. (2012), no oeste

canadense, observaram que as feiras de agricultores proporcionam espaços para ações cooperativas e em rede entre ativistas da área alimentar que buscam mudanças nas políticas públicas. Estudiosos da área também têm explorado a possibilidade de novas políticas na área agroalimentar, tais como a instituição de políticas de compras públicas de produtos alimentares [locais] (Allen e Guthman, 2006). A dimensão política da alternatividade, particularmente relevante na América do Norte (Goodman, 2003), é fundamental para a efetivação do potencial de transformação política e social das redes agroalimentares alternativas.

Outra dimensão importante da alternatividade, destacada em parte da literatura sobre redes agroalimentares alternativas, está vinculada ao caráter ecológico das iniciativas agroalimentares (Allen et al., 2003; Marsden e Smith, 2005), em particular, à agricultura orgânica e a outras práticas ecológicas de produção (ver Scialabba e Müller-Lindenlauf, 2010) e ao menor impacto de efeito estufa pela redução das milhas alimentares (*foodmiles*) e das pegadas de carbono envolvidas no transporte de alimentos em longa distância. Desse modo, a natureza, cuja importância tem sido continuamente “rebaixada” no sistema industrial de produção de alimentos (Murdoch et al., 2000), passa a ser amplamente integrada às RAAs. Essa dimensão ecológica também está associada à promoção do consumo de alimentos locais, da estação (sazonais), e de dietas de base vegetal, ao invés dos alimentos fora da safra e de base animal, adquiridos dos mercados globais de alimentos (ver Feenstra, 1997; Jarosz, 2008).

Apesar das diversas dimensões de alternatividade envolvendo as redes agroalimentares alternativas, consideramos que o alcance de aplicação das mesmas ao longo dessas redes em diferentes contextos não tem recebido a adequada consideração. Como observou Jarosz (2008, p.242), “as redes agroalimentares alternativas não são objetos estáticos... elas emergem de processos políticos, culturais e históricos”. Em determinadas economias, como a China, por exemplo, não necessariamente se encontrará “todo o espectro” de alternatividade das RAAs que está presente em outros lugares. Ao contrário, as manifestações dessas dimensões, que conformam a paisagem dinâmica das RAAs, são peculiares a cada contexto. De fato, nossa pesquisa na China indica que a manifestação de alternatividade das redes agroalimentares alternativas varia segundo os distintos contextos econômicos, sociais e políticos. Em razão da menor quantidade de insumos químicos na produção alternativa de agroalimentos (particularmente agricultura orgânica e ecológica) e em alimentos menos processados, há uma crença geral de que os alimentos produzidos nas RAAs são mais saudáveis. Por razões de saúde – reduzir a exposição a agrotóxicos e a antibióticos presentes na carne animal – os consumidores chineses estão buscando alimentos orgânicos e ecologicamente produzidos, através de canais de suprimento alternativos (ver Shi et al., 2011a; Scott et al., 2014). No entanto, os debates sobre alternatividade na literatura referente a redes agroalimentares alternativas têm dado muito pouca atenção a esta associação a alimento saudável. Este é um ponto que queremos destacar neste texto.

Estudos críticos sobre as redes agroalimentares alternativas na América do Norte e na Europa questionam as diversas dimensões da alternatividade, particularmente no que concerne a suas pretensões de inclusão social (Hinrichs e Kremer, 2002; Guthman, 2008), de justiça social (Hinrichs e Allen, 2008; Allen, 2010; De Lind, 2011), e

impactos ambientais (Hinrichs, 2003; Dupuis e Gillon, 2009; Jones et al., 2010). Alguns pesquisadores argumentam, por exemplo, que apesar de as estratégias serem empregadas para assegurar a inclusão social, os participantes das RAAs tendem a ser pessoas afluentes, brancas e com boa formação [educação formal] (Allen 2008). Em debates sobre a “convencionalização” da agricultura orgânica e a “armadilha do local”, pesquisadores argumentam que as promessas de sustentabilidade ecológica e ambiental (Guthman, 2004; Du Puis e Gillon, 2009) e de justiça social (Born e Purcell, 2006) nesses sistemas merecem um exame minucioso. Existe uma tensão entre manter a integridade ecológica e os princípios de justiça econômica e social (Watts et al., 2005). Essas críticas da “alternatividade” também apontam que as atuais investigações sobre o tema não lograram reconhecer de forma adequada a variação das dimensões da alternatividade ao longo de diferentes contextos sociais, políticos e econômicos.

Portanto, para superar as críticas à caracterização binária dos sistemas alimentares como “alternativo” ou “convencional”, consideramos serem necessárias novas análises das dimensões atuais de alternatividade. Isso não só servirá para enfrentar a questão da simplificação excessiva da análise da alternatividade, mas também proporcionará um marco analítico mais operacional para caracterizá-las em contextos diversos. Com base nas quatro principais dimensões de alternatividade identificadas na seção anterior, e tendo em conta os achados de nossas entrevistas, desdobramos as dimensões de alternatividade associadas às redes agroalimentares alternativas em oito elementos que representam as características: saudável, ecológico, local, sazonal, de pequena escala, de fortalecimento dos laços sociais e das relações interpessoais, socialmente justo, e político. Tais elementos são representações dos quatro principais atributos dos alimentos e suas diversas relações, que se inserem nas redes agroalimentares alternativas.

Valendo-nos da conceitualização do “ativismo enraizado” chinês, desenvolvida por Ho e Edmonds (2008), sustentamos que as atuais redes agroalimentares alternativas existentes na China estão firmemente situadas na economia política do país. Essas iniciativas agroalimentares alternativas emergentes portam uma alternatividade fortemente moldada que está imersa e, ao mesmo tempo, é um reflexo das geografias locais. Na China, as RAAs apresentam fortes evidências de alternatividade associada ao caráter “saudável” e ao valor nutritivo dos alimentos, mas poucas representações de elementos sociais e políticos em termos de reconexão, justiça social e formas de associação política.

Caracterização das redes agroalimentares alternativas na China

As crises associadas à segurança dos alimentos são os principais impulsores da chamada “virada da qualidade” entre o público em geral (Morris e Young, 2000; Goodman, 2003, 2004; Goodman et al., 2012; Murdoch e Miele, 2004) na China³.

³ Consideramos que a “virada da qualidade” é um conceito útil para se compreender a transformação do sistema alimentar chinês. Contudo, ele exhibe conotações muito diversas no contexto chinês. Entendemos

A sacralidade e centralidade dos alimentos na cultura chinesa tradicional têm sido abaladas por inúmeros escândalos relacionados à segurança alimentar nos últimos anos (Pei et al., 2011; Yang, 2013; Klein, 2013); a alimentação já não é a esfera tão exaltada e inofensiva da vida. No entanto, ao invés de “um recuo do estado ao estabelecimento de padrões e regulação da segurança alimentar” como tem ocorrido em várias economias avançadas (Goodman et al., 2012, p. 88), o estado chinês adotou um papel mais proativo na promoção da qualidade na produção de alimentos, emitindo uma série de diretrizes nacionais de qualidade alimentar, não só para produtos orgânicos, como também para alimentos ecológicos e “livres de risco” (ver Scott et al., 2014). Para lidar com a desconfiança geral na certificação orgânica decorrente de constantes informes de falsos produtos orgânicos no mercado (Yin e Zhou, 2012), em 2012, o estado instituiu um padrão muito mais rigoroso – alguns diriam excessivo – para a produção orgânica (Scott et al., 2014).

Outra mudança importante, que tem profundas implicações para a emergência de redes agroalimentares alternativas, é o crescente poder de compra da classe média (Shi et al., 2011a). Segundo Lu (2010), cerca de 23% da população (ou cerca de 300 milhões de pessoas) na China pertenciam à classe média em 2010, e essa proporção vem crescendo. O perfil dos associados da mais conhecida iniciativa agrícola comunitária da China – a Granja Burrico (*Little Donkey Farm*), de Beijing – revela fortes características de classe média (Shi et al., 2011b). Em comparação com os segmentos mais pobres da população, a classe média tem maior interesse em alimentos de qualidade e na agricultura urbana multifuncional que integra produção de alimentos e atividades recreativas (Shi et al. 2011b).

As repetidas crises de segurança alimentar e a crescente classe média vêm, desde 2008, impulsionando a sociedade civil chinesa a estabelecer diversos empreendimentos alimentares alternativos em várias cidades do país. Além do acesso a alimentos seguros, há também outras motivações para esses empreendimentos, como exemplificam certas redes agroalimentares alternativas. Identificamos quatro grandes categorias de RAAs na China: agricultura comunitária, feiras de agricultores ecológicos, grupos de compras, e população urbana envolvida em autoabastecimento através de “locação agrícola” recreativa. Embora informes esporádicos apontem a existência, atualmente, de mais de 100 empreendimentos agrícolas comunitários na China (ver Gale, 2011), não se dispõe de dados precisos sobre seu número efetivo⁴. Exceto pelas iniciativas de locação de hortas recreativas, os demais empreendimentos alimentares alternativos foram criados na América

a “virada de qualidade”, na China, como uma esfera competitiva dominada por consumidores, mas também conformada de modo proativo por um pequeno número de ativistas da área alimentar, em sua maioria produtores ecológicos de alimentos (geralmente de origem urbana) com boa formação, e líderes de associações de consumidores e de ONGs que promovem a educação pública sobre RAAs e sistemas alimentares.

⁴ De fato, embora haja dados oficiais, não se pode precisar seu número, em vista da rápida transformação do cenário das RAAs na China. A definição imprecisa de RAA também torna difícil proceder a uma contagem nacional. Por exemplo, algumas granjas que se autoproclamam AC não possuem membros associados e funcionam simplesmente como empresas de entrega de alimentos.

do Norte e Europa. No entanto, na China, eles diferem bastante de suas origens ocidentais em termos das quatro dimensões de alternatividade identificadas acima. Por exemplo, a reconexão produtor-consumidor nas redes agroalimentares alternativas chinesas se estabelece muito mais com base na segurança dos alimentos do que em uma genuína confiança mútua. De fato, nossas entrevistas revelaram que muitos membros de iniciativas de agricultura comunitária na China confiam nos administradores, mas não diretamente nos agricultores camponeses que são os responsáveis diretos pela produção dos alimentos. Os camponeses são geralmente descritos como egocêntricos e tolos⁵.

Com base nas quatro principais dimensões de alternatividade identificadas na seção anterior e em nossa análise das redes agroalimentares alternativas chinesas, desdobramos tais dimensões incorporadas às RAAs em oito elementos (ver Tabela 1).

TABELA 1
Desdobramentos da alternatividade das RAAs na China

Tipos de Alternatividade	Elementos da Alternatividade	Iniciativas de RAA representativas na China				Motivações dos consumidores para cada elemento
		AC	Feiras de agricultores	Grupos de compras	Locação de hortas recreativas	
Atributos dos alimentos	Saudável (livre de resíduos químicos a mais nutritivos)	√	√	√	√	Forte
	Ecológico	√	√			Relativamente fraca
	Local	√	√	√		Relativamente fraca
	Sazonal	√	√			Fraca
Relações entre atores	Pequena escala*		√			Fraca
	Laços sociais e relações interpessoais	√	√	√	√	Fraca
	Justiça social*		√	√		Fraca
	Político**		√			Fraca

* Esses elementos raramente foram mencionados pelos entrevistados.

** Político se refere à alternatividade da RAA em “expressar novas formas de associação política e de governança do mercado” (ver Whatmore et al., 2003, p. 389).

Esses elementos referem-se ou às características dos alimentos produzidos nessas redes ou às relações entre os atores envolvidos (entre produtores e consumidores, pro-

⁵ Entrevista com o fundador de uma iniciativa agrícola de base comunitária, 6 dezembro, 2012, Beijing.

dutores e a natureza, produtores entre si). Identificamos, ainda, iniciativas alimentares alternativas que refletem esses elementos, bem como as conexões entre os últimos e as motivações dos consumidores. Esta análise destaca como as “redes agroalimentares alternativas posicionadas” na China refletem um quadro de alternatividade muito diferente daquele do ocidente. Nosso desdobramento da alternatividade das RAAs permite escrutinar as iniciativas em termos desses oito elementos principais. Deve-se observar que tais elementos não são mutuamente exclusivos, mas são, antes, caracterizações de alternatividade que se entrelaçam.

Nossos casos empíricos de agricultura comunitária, feiras de agricultores, grupos de compras e locação de hortas recreativas revelaram distintos elementos de alternatividade sob a perspectiva de seus organizadores. Em comparação aos diversos valores éticos expressos pelos organizadores, os consumidores tenderam a mostrar um foco na salubridade dos alimentos. Embora os elementos ecológicos e de saúde estejam interligados, a principal motivação dos consumidores pareceu serem preocupações individualistas com a saúde em lugar de uma ética ambiental. Persiste um baixo nível de consciência ecológica entre os consumidores de um modo geral, mesmo quando a alternatividade ecológica é uma das características dos alimentos comercializados por essas iniciativas. Ser local é outro atributo mandatário das redes agroalimentares alternativas, que configura o movimento da alimentação alternativa no ocidente, mas que também é claramente fraco entre as motivações dos consumidores chineses, embora algumas iniciativas da agricultura comunitária, feiras de agricultores e grupos de compras promovam o “comer localmente”. Outros elementos da alternatividade ainda estão em estágios iniciais de comunicação pelos “ativistas” do campo alimentar aos empreendedores das iniciativas alimentares alternativas. A próxima seção examina a alternatividade dessas quatro grandes categorias de redes de distribuição alternativas de alimentos na China, ilustrando com casos específicos.

Agricultura comunitária

Um grupo de ativistas com boa formação e alguns agricultores empreendedores têm facilitado a adoção de modelos alternativos de distribuição alimentar, do tipo da Agricultura Comunitária originária da América do Norte, ao passo que também integram práticas tradicionais de agricultura sustentável a esses modelos. As primeiras iniciativas de agricultura comunitária da China foram as granjas agrícolas comunitárias da Aldeia Anlong, em Chengdu, província de Sichuan (fundada em 2006), e a Granja Burrico, de Beijing (fundada em 2008). Até 2011, o setor de alimentação alternativa contava com uma rede de mais de 100 empreendimentos (Gale, 2011) similares aos programas ocidentais de agricultura comunitária e de serviços de entrega de cestas. Práticas de agricultura orgânica exemplificam esses modelos emergentes de agricultura ecológica, embora os proprietários das granjas ecológicas muitas vezes preferissem não requerer certificação de produção orgânica, em parte devido à falta de confiança por parte dos consumidores nesta certificação (Yin e Zhou, 2012). Ao invés disso, muitas granjas preferiam desenvolver uma base fiel de consumidores, por meio de feiras de agricultores, do boca a boca e de relações interpessoais. Os consumidores

são convidados a visitar suas granjas e fazer perguntas. Isso, às vezes, é referido como “certificação participativa” ou “inspeções éticas” e envolve a descrição pelos agricultores de suas práticas de produção aos consumidores, a inspeção das práticas agrícolas por esses últimos e, por fim, a decisão de comprar alimentos do estabelecimento.

A introdução da agricultura comunitária e de algumas propriedades rurais ecológicas na China ilustra o nascente movimento com base em valores para promover os vínculos consumidor-produtor e urbano-rural (ver Paül e McKenzie, 2013). Um grupo de pesquisadores chineses tem contribuído de diferentes formas para o desenvolvimento da agricultura comunitária, inclusive como promotores do estabelecimento de unidades agrícolas orgânicas, e como consultores de governos locais e central. A Universidade de Renmin, em Beijing, sob a liderança do Professor Wen Tiejun⁶, tem se destacado singularmente na promoção da agricultura comunitária, de cooperativas de camponeses, e da economia solidária (Shi et al., 2011a, b; Wen et al., 2012; Pan e Du, 2011a, b). As organizações não governamentais (ONG), embora em pequeno número e um tanto restritas na China, também têm sido importantes catalisadoras dessas iniciativas (Ju, 2009). A Parceria Comunitária para o Desenvolvimento (PCD), com sede em Hong Kong, é uma das ONGs mais importantes no apoio ao desenvolvimento da agricultura comunitária na China. Ela atuou com a Chengdu Urban Rivers Association (uma Ong local) para ajudar a fundar a iniciativa de agricultura comunitária da Aldeia Anlong, na província de Sichuan.

Em que medida essas iniciativas de agricultura comunitária são alternativas em termos dos oito elementos identificados acima? Nossas entrevistas com agricultores ligados a iniciativas agrícolas comunitárias e com pessoas que trabalham nessas unidades revelaram uma profunda compreensão da alternatividade ecológica e de suas implicações para a saúde. Os agricultores dos estabelecimentos agrícolas comunitários concordam em evitar o uso de fertilizantes sintéticos e de pesticidas químicos e acreditam que isso contribui substancialmente para a sustentabilidade ambiental. O *slogan* “coma localmente, coma sazonalmente” é promovido por um pequeno número de ativistas da alimentação alternativa e também pelos estabelecimentos comunitários. “Laços sociais e relações interpessoais” entre os agricultores comunitários e entre estes e seus consumidores também são altamente valorizados (ver Tabela 1).

Apesar de alguma evidência desses elementos de alternatividade, nosso trabalho de campo mostra que seu grau de alternatividade é uma questão em aberto. Como muitas das unidades agrícolas comunitárias da China são fundadas por empreendedores voltados para o mercado, operando segundo a lógica de mercado neoliberal, dificilmente conseguem escapar ao ciclo de produção orientada para o lucro. Assim, alguns dos elementos da alternatividade podem ser refreados, de modo a atender às demandas dos consumidores. Por exemplo, embora o “comer sazonalmente” seja amplamente louvado pelos agricultores da agricultura comunitária, também observamos um debate através da internet, em blogs, entre

⁶ Ao final de 2012, o Professor Wen facilitou a criação do Instituto da Construção Rural da China na Universidade do Sudoeste, em Chongqing.

agricultores da agricultura comunitária, sobre a conveniência de produzir vegetais em estufas, violando, assim, o princípio de “comer sazonalmente”.

Conforme já mencionado, a participação dos consumidores nas iniciativas de agricultura comunitária é motivada principalmente pelo desejo de adquirir alimentos seguros (Ju, 2009; Gale, 2011). Portanto, nem a integração em comunidade, via reconexão produtor-consumidor, nem a redistribuição de valor para os pequenos produtores é uma prioridade em muitas iniciativas de agricultura comunitária, embora sejam prioridades para alguns operadores dessas iniciativas⁷. A justiça social, enquanto um elemento da alternatividade, não está refletida aqui. Na verdade, observamos uma forte característica de “captura pela elite” nos aspectos de classe e raça/etnia da agricultura comunitária: a prevalência de agricultores com boa formação exclui visivelmente os verdadeiros camponeses da tomada de decisão⁸. Os camponeses que detêm o direito original de uso da terra nos empreendimentos são, em geral, contratados como trabalhadores agrícolas, mas suas opiniões nem sempre são bem-vindas. Os associados dos estabelecimentos agrícolas comunitários, por sua vez, preferem interagir com os administradores das unidades (empreendedores com boa formação, chamados “novos camponeses”) do que com os verdadeiros camponeses (Liu, 2012a,b). Assim, os pequenos agricultores não estão fortalecidos e tampouco seu *status* social foi melhorado. Reconhecendo este problema, um pequeno grupo de ativistas chineses da área alimentar iniciou um novo empreendimento agrícola comunitário, em 2012, em Beijing – a Granja da Colheita Partilhada – para experimentar a redistribuição de valor através de um modelo de “trabalhar com”, ao invés de contratar o trabalho de pequenos agricultores, e de partilhar melhor a colheita com esses.

Além disso, como consequência da enorme penetração de capital privado no setor de agricultura orgânica nos últimos anos (Yuan, 2011), muitas propriedades agrícolas têm cooptado o termo “agricultura comunitária” para utilizá-lo como recurso de marketing, com muito pouca atenção à sustentabilidade ecológica ou à divisão dos riscos. Ademais, boa parte da produção orgânica da China tem sido dominada por grandes empresas do ramo alimentício e opera nos moldes do mercado convencional⁹. O elemento político, em termos da expressão de “novas formas de associação política e de governança de mercado”, é também insignificante entre os agricultores da agricultura comunitária na China. É notável, no entanto, que o Centro de Reconstrução Rural da Universidade de Renmin, em Beijing, venha realizando anualmente simpósios nacionais sobre agricultura comunitária, desde 2010. No simpósio de 2012, os agricultores da agricultura comunitária decidiram estabelecer uma “Rede Nacional de Cooperação para a Agricultura Ecológica” com o objetivo de compartilhar informações e conhecimento. Contudo, não está claro

⁷ Entrevista com um agricultor de agricultura comunitária, 6 dezembro, 2012, Beijing.

⁸ Entrevista com um agricultor de agricultura comunitária e com trabalhadores da unidade, 1º de abril de 2012, Beijing.

⁹ Entrevista com um agricultor de propriedade rural comunitária da Ilha de Chongming, 27 de maio de 2012, Shanghai

ainda de que forma esta iniciativa será traduzida em uma nova forma de associação política e governança de mercado.

Feiras de agricultores

Outra forma de rede agroalimentar alternativa que vale destacar é a das feiras de agricultores¹⁰. Em diversas metrópoles, incluindo Beijing, Shanghai, Guangzhou, Tianjin, Xi'an, e Chengdu, feiras agrícolas orgânicas (às vezes chamadas verdes ou ecológicas) tornaram-se um espaço de suprimento alimentar alternativo que atrai um grande número de consumidores de classe média. Esses mercados de agricultura orgânica, a maioria dos quais surgiu entre 2009 e 2010, têm por objetivo restabelecer a confiança entre consumidores e produtores de alimentos, além de servirem como espaço de educação e militância.

A Feira do Campo de Beijing é o melhor exemplo. A feira era realizada por cinco funcionários de tempo integral e um grupo de voluntários. Eles, às vezes, também organizavam palestras para os seguidores de seu microblog, que, em março de 2014, contava com mais de 93.000 pessoas e seguia aumentando rapidamente. A inspiração para sua principal fundadora veio da experiência com feiras de agricultores em Nova York (Shu, 2012). Para fazer frente às taxas associadas ao funcionamento da feira, o empreendimento recebia uma pequena doação de uma ONG, a qual cobria os salários de parte da equipe, além de levantar alguma receita com a “Cozinha da Feira do Campo” vendendo alimentos na feira preparados com produtos da mesma.

Em 2012, a feira era realizada pelo menos uma vez por semana em diferentes locais, de modo a ser acessível a pessoas de várias partes da cidade. O horário e localização eram divulgados nos blogs da feira a cada semana. Mais de 20 bancas (dentre 30 propriedades rurais admitidas, ONGs, empreendimentos sociais e outros comerciantes) apresentavam-se regularmente (Shu, 2012). As mercadorias vendidas na feira consistiam principalmente de alimentos frescos e preparados (tofu, vinho de arroz, produtos assados, queijos) e, esporadicamente, de produtos artesanais como sabões. Apesar dos preços bem mais elevados do que os de alimentos convencionais, em geral os produtos esgotavam-se rapidamente.

Analizamos a alternatividade das feiras de agricultores segundo os oito elementos listados na Tabela 1. A feira exibiu todos esses elementos, muitos dos quais estiveram expressos nos critérios de seleção dos comerciantes. A maior parte das propriedades rurais que vendiam produtos na Feira do Campo não possuía certificação orgânica, mas eram monitoradas por meio de “inspeções” informais pelos organizadores da feira com base nos seguintes critérios: produzir em pequena ou média escala, não utilizar pesticidas nem fertilizantes químicos, não confinar os animais e não utilizar antibióticos desnecessários, e agricultores estarem dispostos a trabalhar com outros

¹⁰ Entrevista com um organizador da Feira do Campo de Beijing, 3 de abril de 2012 e 6 de dezembro de 2012, Beijing. Identificamos cerca de 20 feiras agrícolas orgânicas ou ecológicas no país. A frequência, popularidade, reputação e aceitação dessas feiras são muito variáveis.

para desenvolver a Feira do Campo¹¹. Esta “vigilância” ajudou a Feira do Campo a manter uma alta reputação em comparação aos alimentos orgânicos comercializados em supermercados. Além disso, os organizadores da Feira do Campo esperam introduzir um Sistema Participativo de Garantia (SPG) para certificação entre pares desses agricultores, de modo a liberar os organizadores da feira do ônus de conduzirem as inspeções. O SPG, adotado em um número crescente de países, utiliza o monitoramento participativo para manter o status dos produtos orgânicos e a reputação do grupo de produtores (Nelson et al., 2010). Isso revela um novo tipo de associação entre diversos atores envolvidos. Dois dos organizadores da feira que entrevistamos também expressaram sérias preocupações com relação ao sistema alimentar industrializado, bem como seu desejo de reestruturá-lo. A feira pretende ser, também, um “espaço para estimular os vínculos entre agricultores e consumidores” (Beijing Country Fair, 2011), onde se forja e se desenvolve o senso de comunidade. Assim, todos os elementos da alternatividade estão representados nesta feira de agricultores, embora em diferentes graus.

Contudo, muitos desses elementos da “alternatividade” só são percebidos pelos principais facilitadores da feira, não por seus clientes comuns⁹. Em vez disso, é a segurança e a qualidade dos alimentos que atrai a maior parte dos consumidores para esse espaço (Shu, 2012). Observamos que os clientes da Feira do Campo, vindos de todos os cantos da cidade, eram geralmente profissionais e trabalhadores administrativos, gestantes e mães com filhos pequenos, ou pessoas idosas com saúde fragilizada. Grupos que supostamente representam a maior demanda por alimentos saudáveis¹². Assim, a lealdade dos consumidores a esses mercados está, geralmente, associada à sua confiança na segurança e na qualidade do alimento, mais do que em um profundo interesse em relacionar-se com produtores. A administradora da feira manifestou sua preocupação em relação à diferença de valores que movem organizadores e clientes:

Para nós [organizadores], ser éticos e dar atenção à justiça social são os critérios mais importantes. Depois disso, nossa preocupação é que os produtos sejam orgânicos, locais, e de pequena escala. Mas sabemos que também é preciso continuar diversificando para tornar a feira atrativa para um grupo mais amplo de consumidores... o alimento saudável é uma vitrine para atrair consumidores. Embora eu queira promover os valores da feira de agricultores junto aos clientes comuns, não quero espantá-los para longe. (Entrevista com uma das organizadoras da feira, 6 de dezembro de 2012, em Beijing)

Apesar de seu forte posicionamento ético, os organizadores da Feira do Campo de Beijing são criticados por consumidores por serem muito “centrados nos produtores” e “menosprezar os interesses dos consumidores” ao enfatizar a posição central dos produtores nas relações produtor-consumidor, conferindo aos agricultores o papel de educar os consumidores¹³. Isso interpõe uma ameaça à “reconexão” entre agricultores e consumidores. Na prática, a feira superlotada e a grande demanda não deixam muito

¹¹ Entrevista com um dos organizadores da Feira do Campo de Beijing, 3 de abril de 2012, Beijing.

¹² Entrevista com um agricultor de propriedade rural comunitária, 6 de dezembro de 2012, Beijing.

¹³ Entrevista com a fundadora de um grupo de compras em Beijing, 9 de abril de 2012.

tempo ou espaço para a comunicação direta, o que reduz o âmbito para construção de confiança mútua e torna este um espaço meramente de venda direta ao consumidor (ver Zhang, 2013).

A Feira do Campo também recebe críticas daqueles que não concordam com o uso dado ao termo “orgânico” em sua promoção. Isso tem relação com os debates envolvendo a produção de orgânicos na China: se os produtores devem obter certificação orgânica ou não. Em resposta às críticas ao uso do rótulo de “orgânico” por produtores que não são certificados, a organizadora da feira explica:

[Na China] o termo “orgânico” tem sido “poluído”. Queremos trazer de volta seu verdadeiro significado. Muitas pessoas acreditam que “orgânico” é resultado de uma certificação e sempre querem comparar com os padrões [ao julgar se um determinado produto é “orgânico”], mas acreditamos que “orgânico” é uma ideia que significa agricultura sustentável e com redução dos custos ambientais.

Este debate em torno da certificação revela as complexidades e as disputas que envolvem os discursos de redes agroalimentares alternativas na China, e merece novas análises. A luta por apropriação do termo “orgânico” pode impactar gravemente sua legitimidade na concorrência por espaços econômicos alternativos¹⁴. Consequentemente, isso afetará o modo como a alternativa da Feira do Campo, e de muitos empreendimentos agrícolas de pequena escala é representada.

Grupos de compra

Grupos de compra são outra modalidade forte de iniciativa voltada aos consumidores em meio a temores disseminados relacionados à segurança alimentar na China. O primeiro grupo de compras da China surgiu por volta de 2004, quando um grupo de autodenominados amantes da natureza começou a adquirir regularmente produtos caseiros dos agricultores das proximidades da cidade de Liuzhou, em Guangxi Zhuang, Região de Nacionalidade Autônoma do sudoeste da China. Posteriormente, donas de casa e grupos de voluntários em Beijing e Shanghai criaram seus próprios grupos de compra, movidos por sérias preocupações com a segurança alimentar. Grupos de compras bem conhecidos incluem Ainonghui (Grupo Cuidado da Agricultura) criado em 2004 em Liuzhou, Liga Verde, criado em Beijing, em 2010, Shanghai Caituan (Grupo de Compras de Verduras) criado em Shanghai, em 2010, Green Heartland, criado em Chengdu, em 2010.

O Green Heartland, de Chengdu, província de Sichuan é um dos casos mais relevantes. Suas atividades tiveram início em 2007, quando um grupo moradores da cidade tomou conhecimento do primeiro empreendimento agrícola comunitário da China. Uma ONG local, a Chengdu Urban Rivers Association, apoiada por outra ONG com sede em Hong Kong, a Parceria Comunitária para o Desenvolvimento, apresentou moradores da cidade aos agricultores da aldeia de Anlong, próxima a

¹⁴ Entrevista com um pequeno agricultor ecológico, 2 de junho de 2012, Fuzhou, província de Fujian.

Chengdu. Aos poucos, eles formaram um grupo de consumidores. Suas atividades foram além da aquisição pelo grupo de alimentos saudáveis, e passaram a incluir a organização de uma feira periódica de agricultores no âmbito de outra feira local, esquemas de visitas às propriedades rurais por parte dos membros do grupo, oferta aos membros de oportunidades de exercitarem o cultivo da terra e de atividades educativas sobre agricultura. Isso não só é uma forma de inspeção informal (que eles chamam de “certificação de consciência”, para assegurar que seus fornecedores estão cultivando de forma sustentável), mas também um processo de construção de relações estreitas. Eles reúnem os agricultores da província de Sichuan, por meio de uma feira de agricultores. Pelo menos 10% de suas vendas é doado para aquisição de alimentos destinados a famílias pobres de uma comunidade local, em Chengdu. Além disso, coletam um pequeno fundo para custear suas atividades, vendendo produtos caseiros como geleia e sabão¹⁵.

Ao analisar a alternatividade dos grupos de compra na China, verificamos que todos foram iniciados por consumidores de classe média, bem informados, e com forte interesse na saúde e em alimentos seguros. Com um perfil similar àqueles que adquirem alimentos através da agricultura comunitária e de feiras de agricultores, sua principal motivação é ter acesso a alimentos seguros e saudáveis, em geral para cuidar da saúde de seus filhos. Isso se reflete nas características singulares dessas pessoas – donas de casa com filhos – que fundaram vários dos principais grupos de compras da China¹⁶. Seu desejo de comprar de agricultores locais e de agricultores tradicionais do interior, de modo a que esses possam auferir um preço decente por seus produtos, demonstra certo grau de alternatividade com os elementos “local” e “justiça social”¹⁷. As atividades organizadas por esses grupos de compras para os seus membros também revelam uma preocupação com “laços sociais e relações interpessoais”. Outros elementos, contudo, ficaram ausentes.

O número de grupos de compra na China é muito menor do que o número de propriedades rurais comunitárias. Assim, apesar dos fortes valores éticos portados pelo Green Heartland, é difícil estimar se outros grupos de compras que venham a surgir iriam promover esses princípios na mesma medida. Além disso, para o pequeno número de pioneiros, é um enorme desafio comunicar de forma efetiva seus valores éticos ao grupo de membros que cresce velozmente e cuja principal motivação para unir-se ao grupo de compras é simplesmente ter acesso a alimentos seguros e saudáveis.

Locação de hortas recreativas

Alugar uma horta (chamado de “locação agrícola” ou “agricultura de final de semana”) em áreas de perímetro urbano é o quarto tipo de iniciativa agroalimentar

¹⁵ Entrevista com fundadores do Green Heartland, 30 de abril de 2012, Chengdu, província de Sichuan.

¹⁶ Dois outros importantes grupos de compra na China, o Grupo de Compras das Mães da Liga Verde e o Shanghai Caituan, foram fundados e são principalmente constituídos por donas de casa.

¹⁷ Entrevista com a fundadora do Grupo de Compras das Mães da Liga Verde de de Beijing, 9 de abril de 2012, Beijing.

alternativa. Nessa modalidade, os consumidores se engajam mais diretamente na produção dos alimentos. Desde 2009, muitas propriedades rurais ecológicas (geralmente de agricultura comunitária) em áreas de perímetro urbano começaram a alugar pequenas parcelas de terra (por, ex. 30 m²) e oferecer orientação para moradores das cidades dispostos a cultivar suas próprias hortaliças orgânicas (de forma similar às hortas comunitárias da América do Norte). Esses cidadãos geralmente referem a si mesmos com orgulho como “camponeses de final de semana” ou como “miniproprietários” (Little Donkey Farm, 2012). Eles visitam suas hortas pelo menos uma vez a cada final de semana. Uma explicação para essa tendência, iniciada em 2008, é a popularidade entre profissionais e pessoal administrativo na China do Happy Farm (China Agriculture Information Web, 2013), um jogo em rede na internet para múltiplos jogadores. Ele possibilita aos jogadores cultivarem hortas virtualmente e colher suas próprias safras em uma horta, negociá-las com outros e, mesmo, roubar seus vizinhos.

O que existe de alternativo nessa locação de hortas? Uma análise cuidadosa da experiência desses “miniproprietários” (Little Donkey Farm 2012) revela que existem sofisticadas motivações físicas, mentais e filosóficas inspirando esses “camponeses de final de semana”. Tais motivações incluem preocupações com segurança (como uma autossalvação contra graves crises de segurança alimentar), afinidade com a natureza, demandas de recreação (escapar da vida agitada da cidade), exercício físico, e necessidades emocionais de idosos que vivem com suas famílias na cidade. Com sentimentos similares aos do movimento de “retorno à terra” no ocidente, idosos de famílias urbanas consideram que alugar uma lavoura é uma boa forma de aliviar sua nostalgia dos velhos tempos, educar seus filhos no campo, adquirir um senso de pertencimento, comunicar-se com gente amiga e descobrir seus valores. Contudo, para além da salubridade dos alimentos e da construção de laços sociais com outras pessoas (não necessariamente agricultores), outros elementos da alternatividade estão, em geral, ausentes nesse caso.

Em comparação com outros tipos de redes agroalimentares alternativas, a locação recreativa de hortas na China é uma rede agroalimentar alternativa que está mais integrada ao contexto social e político chinês¹⁸. Esse contexto pode ser compreendido em termos de três distintos elementos. Primeiro, a emergência da locação agrícola é uma resposta direta às graves crises de segurança alimentar em um ambiente de extrema falta de confiança em produtores e processadores de alimentos. Respostas de uma gama variada de entrevistados reforçam este ponto. Segundo, a forma de locação agrícola, que implica alugar uma pequena parcela de terra, tem relação também com o sistema coletivo, mas pulverizado, de direitos de propriedade da terra. A locação é a única opção para os residentes das cidades que querem cultivar, mas não têm permissão para comprar terras de coletividades proprietárias de terras. Sob o “Sistema de Responsabilidade Domiciliar” na China, o direito de uso das terras de cultivo no âmbito administrativo de uma aldeia é distribuído entre os coletivos de aldeãos. Isso impõe um grande desafio aos operadores da agricultura comunitária para adquiri-

¹⁸ Também tivemos conhecimento sobre esse fenômeno de “agricultura de final de semana” no Japão e na Coreia do Sul (Los Angeles Times, 2010; Urban Plant Project Seoul, 2010).

rem áreas consolidadas de terras cultiváveis. Consequentemente, as parcelas locadas para os cidadãos são pequenas. Terceiro, a popularidade da “locação agrícola” entre cidadãos também reflete problemas sociais relacionados com a rápida urbanização da China. Vários dos locatários estão procurando um pedaço de terra para seus pais idosos que foram agricultores durante toda sua vida, mas mudaram-se para as cidades para viver com os filhos. Muitos desses últimos, por sua vez, são da primeira geração de trabalhadores que migraram para as cidades. A separação da terra leva a um “vazio emocional” para os idosos que tentam adequar-se à vida nas cidades (Little Donkey Farm, 2012). A locação de uma parcela de terra, ainda que muito diversa de sua experiência agrícola anterior, é uma solução. Este contexto social define a locação de hortas como a alternativa agroalimentar chinesa, uma que difere consideravelmente das modalidades ocidentais de redes agroalimentares alternativas.

Situando a alternatividade na economia política chinesa

Nossa análise anterior concluiu que as redes agroalimentares alternativas estão baseadas em quatro grandes dimensões de “alternatividade”: reconexão produtor-consumidor, redistribuição de valor a pequenos proprietários, busca de “novas formas de associação política e de governança de mercado”, bem como redução de impactos ecológicos (ver Whatmore et al., 2003). Entretanto, desdobramos a “alternatividade” em termos dos atributos dos alimentos e das dinâmicas das relações produtor-consumidor nessas redes. Esses elementos incluem a alternatividade em termos de ser saudável, ecológico, local, ético, de pequena escala, sazonal, com relações interpessoais, e político. Tais elementos se refletem nas redes agroalimentares alternativas e são reconhecidos pelos consumidores em diferentes medidas.

Nossos estudos de caso revelaram que as redes agroalimentares alternativas na China exibem níveis desiguais desses elementos de alternatividade. No âmbito da economia política chinesa, “há um ambiente aparentemente restritivo, em que vêm ocorrendo rápidas mudanças socioeconômicas e culturais” (Ho e Edmonds, 2008, p. 2) e no qual muitas das estratégias de questionamento e transformação incorporadas às RAAs são adaptadas. De modo similar às estratégias ambientalistas caracterizadas por Ho e Edmonds (2008), as redes agroalimentares alternativas na China exibem um “modelo fragmentário, localizado e não questionador” (p.14). Feiras de agricultores, grupos de compra e ONGs movimentam-se com cautela para “evitar qualquer sugestão, por mais leve que seja, de oposição ao Partido central do estado” (p.3), nas palavras de Ho e Edmond. Portanto, a alternatividade política observada por Whatmore et al. (2003) nem sempre é visível no contexto chinês. As redes agroalimentares alternativas chinesas situadas em um determinado cenário social, político e econômico, exibem um quadro bastante singular de alternatividade, como ficou demonstrado na seção anterior. Este contexto que caracteriza as redes agroalimentares alternativas na China é estruturado por três fatores principais.

Primeiro, no âmbito do governo chinês e dos círculos de pesquisa, há um conhecimento muito limitado sobre agricultura orgânica e um forte “gerencialismo

tecnológico” (Goodman e Goodman, 2008) ligados à perspectiva científica mais ampla e suas manifestações nas políticas governamentais. Os consumidores tendem a considerar a agricultura orgânica meramente como uma prática agrícola que possibilita alimentos mais seguros e de qualidade. Há um temor difundido entre autoridades governamentais e pesquisadores chineses de que, se a adoção da agricultura orgânica se disseminasse amplamente, poderia ameaçar a segurança alimentar do país, por reduzir a produtividade (ver Scott et al., 2014). As políticas governamentais de apoio ao desenvolvimento da agricultura orgânica estão, em geral, restritas a infraestruturas (por exemplo, subsídios para a construção de estufas) para promover o aumento da capacidade produtiva das unidades agrícolas orgânicas, ao invés do aprimoramento das práticas de cultivo. As consequências ecológicas (uso de plásticos nas estufas e uso de energia para o aquecimento) e as consequências sociais (exclusão de pequenos produtores) do aumento de escala das lavouras orgânicas não são levadas em consideração. O descaso com as implicações ecológicas também se faz presente entre muitos dos consumidores orgânicos. Nossas entrevistas com agricultores da agricultura comunitária em Beijing e Fuzhou (província de Fujian) revelou que mesmo os associados dos estabelecimentos rurais comunitários podem não desenvolver os valores do “consumo ético”. Por exemplo, uma unidade de agricultura comunitária em Fuzhou enfrentou dificuldades para realizar um projeto de “coleta de restos orgânicos” entre seus associados, pela falta de consciência ambiental entre os mesmos¹⁹. Embora se possam encontrar na China algumas tentativas de ativistas da área alimentar para politizar o consumo de alimentos (Wilkinson, 2010) – na forma de atividades educativas sobre o “direito de saber” dos consumidores e de promoção da compra de produtos orgânicos e locais como uma forma de “votar com seus *hashis*”²⁰ –, tais iniciativas são criticadas por oponentes, por promoverem “valores idealistas e irrealistas” entre o público (Sun, 2013). Assim, manter uma postura de não confrontação é uma prioridade para muitas iniciativas de rede agroalimentar alternativa.

O segundo elemento a caracterizar o cenário das redes agroalimentares alternativas na China é o de que a localização dos produtos alimentares – em termos de uma forte preocupação com sua procedência – ainda não se disseminou entre o público consumidor na China, apesar de ser promovida pela agricultura comunitária, por feiras de agricultores e grupos de compras. O sistema alimentar chinês costumava ser muito regionalizado antes da “supermercadorização” massiva iniciada na década de 1990 (ver Reardon et al., 2005). Muitos chineses ainda têm na memória recente o consumo de alimentos sazonais – que, no inverno no nordeste da China, significava comer apenas repolho, nabo e batata. Contudo, essas convenções de consumo alimentar desapareceram nas últimas duas décadas. Ser capaz de consumir alimentos de todos os lugares do mundo em qualquer época do ano é um dos muitos privilégios dos moradores dos grandes centros urbanos (ver Garnett e Wilkes, 2014). Como muitos

¹⁹ Entrevista com um agricultor de uma propriedade rural comunitária, 2 de junho de 2012, Fuzhou, província de Fujian. A granja tentou coletar, entre seus associados, restos orgânicos para compostagem, mas obteve pouco retorno.

²⁰ Palitos chineses usados como talheres (N.T.)

agricultores de estabelecimentos agrícolas comunitários reconhecem, as principais queixas dos associados são sobre a limitada variedade de produtos. Isso tem colocado um especial desafio aos ativistas da área alimentar na China, embora as iniciativas de agricultura comunitária, desde os seus primeiros estágios de desenvolvimento, venham se esforçando ao máximo para promover a prática “alternativa” de consumir alimentos locais e sazonais. A conceptualização de “local” e de “sazonal” como atributos alternativos no ocidente, onde as redes agroalimentares alternativas estão bastante desenvolvidas, está sendo integrada ao discurso das RAAs chinesas, mas está fadada a ser um processo longo e difícil.

O terceiro aspecto do contexto em que se vêm desenvolvendo as redes agroalimentares alternativas chinesas é a ausência de preocupações em relação à justiça social. Embora organizadores das feiras de agricultores e de grupos de compras na China busquem promover a justiça social e criar oportunidades para os agricultores, os consumidores que impulsionam o desenvolvimento das redes alternativas demonstram pouco interesse ou consciência sobre estes valores. Muitos dos “novos camponeses” que fundaram os empreendimentos agrícolas comunitários, das donas de casa que operam os grupos de compras, dos organizadores que dirigem as feiras de agricultores e, mesmo, dos cidadãos que alugam parcelas de terra para cultivar hortas pertencem às elites com boa formação. A inclusão dos “verdadeiros” camponeses na construção das redes agroalimentares alternativas na China tem sido insignificante, embora haja algumas exceções. A principal conotação do termo “reconexão” na literatura atual sobre redes alternativas de abastecimento alimentar sugere mais uma visão romântica do que um reflexo dos valores éticos que efetivamente prevalecem nas RAAs na China. Muitos grupos de compras e feiras de agricultores constituem simplesmente canais diretos de compra para muitos consumidores. Em diversas redes agroalimentares alternativas, não se estabelece confiança entre produtores e consumidores, e mesmo dos produtores entre si, de modo substancial. Nossas observações de discussões virtuais na internet, por exemplo, mostraram que alguns produtores com frequência acusam outros de burlar as práticas da agricultura ecológica.

Apesar da ausência de confiança mútua e de justiça social, observamos um conjunto de valores básicos entre um pequeno grupo de organizadores de redes agroalimentares alternativas. Assim, verifica-se uma desconexão entre os valores que orientam os promotores dessas redes e seus consumidores. Tal desconexão deve-se, em grande parte, ao fato de que a maioria das RAAs na China foram introduzidas segundo modelos ocidentais, ao invés de constituírem iniciativas autóctones com uma ampla base social. Outro fator que contribui para isso é a ausência de organizações da sociedade civil fortes na China. Esses fatos são consistentes com nossa caracterização das redes agroalimentares alternativas na China como iniciativas “movidas por consumidores”, uma vez que sua introdução no país foi motivada pelas demandas de consumidores por alimentos seguros. A origem ocidental dessas iniciativas limita, até o momento, sua “alternatividade”. Por um lado, os promotores dessas iniciativas precisam lidar com o interesse dos consumidores na segurança dos alimentos, provando por todos os meios que seus produtos são seguros e saudáveis. Por outro lado, eles também tentam influenciar seus clientes a apreciarem os múltiplos valores que as redes alternativas

trazem consigo. Os intensos esforços dos pioneiros incluem tentativas de melhorar a comunicação entre produtores e consumidores nas feiras de agricultores (seja oralmente ou através de folhetos informativos ou na internet), a organização de palestras no âmbito das feiras de agricultores, oportunidades de “experiências em família” nas unidades agrícolas comunitárias, e atividades educativas entre membros dos grupos de compras. Embora incipientes e de alcance restrito, esses esforços possibilitam que relações sociais e ambientais sejam gradualmente introduzidas nas percepções dos consumidores sobre “qualidade” dos alimentos, o que levará a uma demanda maior por alimentos de “qualidade”. Em suma, a alternatividade dessas incipientes redes agroalimentares alternativas está a desenvolver-se rapidamente em meio a interações dinâmicas entre os iniciadores de tais redes e seus clientes. O cenário da alternatividade nas redes agroalimentares alternativas chinesas continuará a ser fluido, enquanto essas redes se desenvolverem e se consolidarem.

Discussão e conclusões

Embora a China tenha influenciado o sistema alimentar mundial, pouco tem sido escrito sobre o desenvolvimento de seu próprio sistema alimentar, em termos das recentes mudanças na esfera da sociedade civil. O presente trabalho oferece uma primeira caracterização sistemática das redes agroalimentares alternativas na China, propiciando, assim, um contrapeso para a literatura atual sobre esse tipo de redes alimentares cujas análises focam-se, principalmente, nas economias industrializadas. Nossa identificação de quatro grandes categorias de RAAs na China – agricultura comunitária (incluindo unidades orgânicas certificadas ou não), feiras de agricultores, grupos de compras e locação de hortas recreativas – busca avançar o conhecimento sobre redes agroalimentares alternativas aportando novas observações, algumas das quais consistentes com experiências de redes alternativas já documentadas, e outras que contrastam com essas.

Argumentamos que as críticas à alternatividade das RAAs podem ser respondidas através do desdobramento de suas principais dimensões em elementos mais específicos. Em assim procedendo, fornecemos um quadro analítico para escrutinar as redes agroalimentares alternativas a partir das perspectivas dos atributos dos alimentos (saudável, local, sazonal) e das relações entre consumidores e produtores, produtores e natureza, e produtores entre si (pequena escala, justiça social, práticas ecológicas, laços sociais e relações interpessoais, cultura política). Ao aplicar esses elementos para investigar redes agroalimentares alternativas específicas, encontramos um cenário dinâmico de alternatividade no qual cada tipo de rede exhibe diferentes elementos (ver Tabela 1). Portanto, criticar uma iniciativa agroalimentar alternativa, por não ser alternativa em termos de uma ou mais dimensões, pode ser uma simplificação excessiva da análise. Em vez disso, faz-se necessário um exame minucioso de elementos mais específicos. A caracterização de RAAs neste trabalho oferece um marco de análise, embora não necessariamente represente todas as dimensões da alternatividade. Este marco será especialmente relevante para examinar redes agroalimentares alternativas emergentes em países em desenvolvi-

mento, dado que boa parte de sua alternatividade ainda se encontra em seus estágios iniciais de formação.

Nossa análise revelou tanto similaridades como diferenças entre as redes agroalimentares alternativas da China e as ocidentais. As RAAs chinesas aproximaram-se de suas contrapartes ocidentais em dois aspectos. Primeiro, assim como nas redes alternativas do ocidente, fica evidente a existência de um elitismo nas iniciativas chinesas, embora com diferentes conotações. Operadores e clientes da agricultura comunitária na China exibem um forte perfil de classe média. Como nas propriedades agrícolas comunitárias do ocidente, muitos operadores da agricultura comunitária na China são pessoas com boa formação, oriundas de contextos urbanos. Em segundo lugar, assim como a literatura existente, nossa análise do posicionamento das redes agroalimentares alternativas chinesas também sublinhou a importância do contexto social, político e econômico para a configuração de suas práticas. Por exemplo, a popularidade da locação agrícola na China reflete amplamente condições socioeconômicas gerais.

Quanto às diferenças entre redes agroalimentares alternativas chinesas e ocidentais, destacamos três pontos. O primeiro é que, ao invés de estarem radicadas no contexto de uma fértil sociedade civil, com um discurso forte focado em questões de empoderamento e organização comunitária (Schumilas et al., 2012; Schumilas, 2014), na China, as redes alternativas emergiram no contexto de crises de segurança alimentar disseminadas. No processo de lidar com as necessidades dos consumidores, os produtores de alimentos tiveram um papel limitado na emergência das redes agroalimentares alternativas. Essa característica de iniciativas “movidas por consumidores” leva à segunda diferença. Nosso desdobramento da alternatividade revela que a salubridade do alimento, em termos de ausência de resíduos tóxicos e de maior teor nutricional, é o elemento mais importante da alternatividade para impulsionar a participação dos consumidores nas redes alternativas. Diferentemente das redes agroalimentares alternativas do ocidente, outros elementos da alternatividade associada a tais redes não se evidenciaram. Em particular, as RAAs na China, de um modo geral, não se estabeleceram para confrontar o sistema alimentar industrial. O foco de interesse dos clientes das redes alternativas no atributo de “alimento saudável” entre outros elementos de alternatividade sugere “sistemas alternativos mais frágeis”, nas palavras de Watts et al. (2005, p. 30). Assim, as RAAs chinesas enfrentam ameaças efetivas de “incorporação e subordinação” aos canais convencionais de abastecimento alimentar. Em terceiro lugar, além dos diferentes elementos da alternatividade, as redes agroalimentares alternativas chinesas também se diferenciam das ocidentais em outros aspectos. Por exemplo, com uma intervenção mais forte do estado, as feiras de agricultores na China enfrentam ameaças à sua legitimação. Agricultores camponeses também foram marginalizados nos processos de tomada de decisão na condução da agricultura comunitária.

Este trabalho identificou ainda uma potencial inconsistência de valores entre os organizadores das redes agroalimentares alternativas e seus clientes. Embora os fundadores dos empreendimentos de agricultura comunitária e das feiras de agricultores tenham o firme propósito de promover os valores ecológicos, de justiça social e/ou

políticos junto a seus clientes, eles admitem que a participação dos clientes nesses espaços é motivada principalmente por preocupações com a segurança e valores nutricionais dos alimentos. Portanto, os ativistas da área alimentar na China tentam atender às necessidades do seu público ao tempo em que promovem um conjunto maior de valores. Essa inconsistência torna difícil estabelecer uma solidariedade forte entre esses dois grupos e impacta a organização comunitária no âmbito desses espaços. Contudo, também abre espaço para interações mais profundas entre esses ativistas e seu público.

A característica de ser “movida por consumidores” também molda significativamente a alternatividade, por divulgar como atributos centrais das iniciativas alimentares alternativas o fato de atenderem as demandas por alimentos seguros, deixando em segundo plano os valores ecológicos e sociais. Assim, o “potencial de transformação sociopolítica” das redes agroalimentares alternativas na China é limitado. Conseqüentemente, importa mais aquilo em que os consumidores estão interessados.

Isso também aponta para a necessidade do desdobramento da alternatividade, uma vez que as quatro dimensões não dão conta de forma direta de interesses específicos de consumidores em relação aos alimentos. No entanto, isso não significa necessariamente que entre consumidores não haja representações de valores ecológicos e sociais. Moradores das cidades que alugam canteiros de hortas mostram forte inclinação para reconectarem-se com a terra e com outras pessoas. E os participantes da agricultura comunitária também demonstram certo grau de consciência ecológica. Mas esses valores são fracos, se comparados ao interesse na salubridade dos alimentos no âmbito dessas iniciativas.

Apesar da limitada alternatividade das redes agroalimentares alternativas chinesas, o cyber espaço – especialmente o *weibo* (versão chinesa do Twitter – microblog) e os blogs – constitui um domínio que vem se somando aos espaços agroalimentares alternativos e que promove os vínculos entre produtores e consumidores. Aulas sobre comportamentos alimentares sustentáveis são disponibilizadas na rede. Os ativistas chineses da área alimentar vêm fazendo pleno uso da internet para disseminar informação sobre a alternatividade ecológica e social da agricultura comunitária e das feiras de agricultores entre seus seguidores. Vínculos pessoais e sociais que incorporam “confiança” estão, pouco a pouco, permeando o cenário das redes agroalimentares alternativas na China.

O fato de terem sido introduzidas a partir de um contexto ocidental, ao invés de serem iniciativas endógenas, faz com que as redes alternativas de alimentação na China, especialmente as propriedades agrícolas comunitárias e as feiras de agricultores, experimentem um complexo processo de adaptação. Esse processo, constantemente moldado por uma multiplicidade de atores, reflete-se nos discursos concorrentes ou no questionamento dos valores alternativos no âmbito dessas redes. A alternatividade irregular que analisamos neste trabalho é resultado dessa adaptação. Entretanto, os debates continuam e as dinâmicas de poder no curso dessa adaptação mudam rapidamente. Como as redes agroalimentares alternativas chinesas irão evoluir nos próximos anos, ainda está por ser desvelado.

Agradecimentos

Gostaríamos de agradecer o financiamento concedido por *Social Sciences and Humanities Research Council*, do Canadá, que possibilitou o trabalho de campo em que se baseou este artigo. Agradecemos também as contribuições construtivas recebidas dos revisores anônimos desse artigo.

Referências

- ABRAHAMAS, C. Globally useful conceptions of alternative food networks in the developing south: The case of Johannesburg's urban food supply system. In: MAYE, D; KNEAFSEY, M.; HOLLOWAY, L. (Ed.) *Alternative food geographies: representation and practice*. Oxford: Elsevier, 2007, p. 95-114.
- ALKON, A. From value to values: Sustainable consumption at farmers markets. *Agriculture and Human Values*, 25, p. 487-498, 2008.
- ALLEN, P. Mining for justice in the food system: Perceptions, practices, and possibilities. *Agriculture and Human Values*, 25, p. 157-161, 2008.
- ALLEN, P. Realizing justice in local food systems. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3, p. 295-308, 2010.
- ALLEN, P.; FITZ SIMMONS, M.; GOODMAN, M.; WARNER, K. Shifting plates in the agrifood landscape: The tectonics of alternative agrifood initiatives in California. *Journal of Rural Studies*, 19, p. 61-75, 2003.
- ALLEN, P.; GUTHMAN, J. From "old school" to "farm-to-school": Neoliberalization from the ground up. *Agriculture and Human Values*, 23, p. 401-415, 2006.
- BECKIE, M. A.; KENNEDY, E. H.; WITTMAN, H. Scaling up alternative food networks: Farmers' markets and the role of clustering in western Canada. *Agriculture and Human Values*, 29, p. 333-345, 2012.
- BEIJING COUNTRY FAIR. *Introduction of Beijing Country Fair*. Online, 2011. Disponível em: <http://blog.sina.com.cn/s/blog_725ab7d40100xqdt.html>. Acesso em: 2 set. 2013 (em Chinês).
- BORN, B.; PURCELL, M. Avoiding the local trap: Scale and food systems in planning research. *Journal of Planning Education and Research*, 26 (2), p. 195-207, 2006.
- BROWN, C.; MILLER, S. The impacts of local markets: a review of research on farmers markets and community supported agriculture (CSA). *American Journal of Agricultural Economics*, 90 (5), p. 1296-1302, 2008.
- CHINA AGRICULTURE INFORMATION WEB. "Happy Farm" model became the growth point of infrastructure agriculture in Haidian district, Beijing. 2013. Disponível em: <http://nc.mofcom.gov.cn/article/xw/xw/dsxw/201305/18503935_1.html>. 3 Ago 2014 (em Chinês).
- DeLIND, L. B. Are local food and the local food movement taking us where we want to go? Or are we hitching our wagons to the wrong stars? *Agriculture and Human Values*, 28 (2), p. 273-283, 2011.
- DuPUISS, M.; GILLON, S. Alternative modes of governance: Organic as civic engagement. *Agriculture and Human Values*, 26 (1-2), p. 43-56, 2009.

- FEAGAN, R. The place of food: Mapping out the “local” in local food systems. *Progress in Human Geography*, 31, p. 23-42, 2007.
- FEAGAN, R.; HENDERSON, A. Devon Acres CSA: Local struggles in a global food system. *Agriculture and Human Values*, 26 (3), p. 203-217, 2009.
- FEENSTRA, G. 1997. Local food systems and sustainable communities. *American Journal of Alternative Agriculture*, 12 (1), p. 28-36, 1997.
- FREIDBERG, S.; GOLDSTEIN, L. Alternative food in the global south: Reflections on a direct marketing initiative in Kenya. *Journal of Rural Studies*, 27 (1), p. 24-34, 2011.
- GALE, H. F. Building trust in food. *China dialogue*. Online. 2011. Disponível em: <<http://www.chinadialogue.net/article/show/single/en/4207-Building-trust-in-food>>. 12 Nov 2012.
- GARNETT, T.; WILKES, A. Appetite for change: Social, economic, and environmental transformations in China’s food system. Online, 2014. Disponível em: <http://www.fcrrn.org.uk/sites/default/files/fcrrn_china_mapping_study_final_pdf_2014.pdf>. 19 Mar 2014.
- GOODMAN, D. Editorial: The quality “turn” and alternative food practices: Reflection and agenda. *Journal of Rural Studies*, 19, p. 1-7, 2003.
- GOODMAN, D. *Place and space in alternative food networks: connecting production and consumption*. Paper #21, Environment, politics, and development working paper series, Department of Geography, King’s College London, 2009.
- GOODMAN, D. Rural Europe redux? Reflections on alternative agro-food networks and paradigm change. *Sociologia Ruralis*, 44, p. 3-16, 2004.
- GOODMAN, D.; DuPUIS, E. M.; GOODMAN, M. K. *Alternative food networks: Knowledge, practice, and politics*. London and New York: Routledge, 2012.
- GOODMAN, D.; GOODMAN, M. Alternative food networks. In: KITCHIN, R.; THRIFT, N. (Eds.) *International encyclopedia of human geography*. Oxford: Elsevier, 2008, p. 208-220.
- GUTHMAN, J. “If they only knew”: Color blindness and universalism in California alternative food institutions. *The Professional Geographer*, 60 (3), p. 387-397, 2008.
- GUTHMAN, J. *Agrarian dreams? The paradox of organic farming in California*. Berkeley: University of California Press, 2004.
- HINRICHS, C. Embeddedness and local food systems: Notes on two types of direct agricultural market. *Journal of Rural Studies*, 16 (3), p. 295-303, 2000.
- HINRICHS, C. The practice and politics of food system localization. *Journal of Rural Studies*, 19 (1), p. 33-45, 2003.
- HINRICHS, C.; ALLEN, P. Selective patronage and social justice: Local food consumer campaigns in historical context. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 21 (4), p. 329-352, 2008.
- HINRICHS, C.; KREMER, K. S. Social inclusion in a Midwest local food system project. *Journal of Poverty*, 6 (1), p. 65-90, 2002.
- HO, P.; EDMONDS, R. L. (Ed.). *China’s embedded activism: opportunities and constraints of a social movement*. London: Routledge, 2008.
- HOLLOWAY, L.; COX, R.; VENN, L.; KNEAFSEY, M.; DOWLER, E.; TUOMAINEN, H. Managing sustainable farmed landscape through ‘alternative’ food networks: A case study from Italy. *The Geographical Journal*, 172 (3), p. 219-229, 2006.

JAROSZ, L. The city in the country: Growing alternative food networks in metropolitan areas. *Journal of Rural Studies*, 24, p. 231-244, 2008.

JAROSZ, L. Understanding agri-food networks as social relations. *Agriculture and Human Values*, 17, p. 279-283, 2000.

JONES, O.; KIRWAN, J.; MORRIS, C.; BULLER, H.; DUNN, H.; HOPKINS, A.; WHITTINGTON, F. On the alternativeness of alternative food networks: sustainability and the co-production of social and ecological wealth. In: FULLER, D.; JONES, A.; LEE, R. (Ed.). *Interrogating alterity: Alternative economic and political spaces*. Oxford: Ashgate, 2010.

JU, H. *Factors influencing consumer participations in community supported agriculture: A case study in Anlong village, Chengdu*. Dissertação (Mestrado). Sichuan Agriculture University, 2009 (em Chinês).

KIRWAN, J. Alternative strategies in the UK agro-food system: Interrogating the alterity of farmers' markets. *Sociologia Ruralis*, 44 (4), p. 395-415, 2004.

KIRWAN, J. The interpersonal world of direct marketing: Examining conventions of quality at UK farmers' markets. *Journal of Rural Studies*, 22, p. 301-312, 2006.

KIRWAN, J.; FOSTER, C. Public sector food procurement in the United Kingdom: Examining the creation of an "alternative" and localized network in Cornwall. In: MAYE, D.; KNEAFSEY, M.; HOLLOWAY, L. (Ed.). *Alternative food geographies: representation and practice*. Oxford: Elsevier, 2007, p. 185-202.

KLEIN, J. A. Everyday approaches to food safety in Kunming. *The China Quarterly*, 214, p. 376-393, 2013.

LANG, K. B. The changing face of community-supported agriculture. *Culture and Agriculture*, 32 (1), p. 17-26, 2010.

LITTLE DONKEY FARM. 2012. Weekend peasants' essays in the field. Website institucional, 2012. Disponível em: <<http://www.littledonkeyfarm.com/forum.php?mod=viewthread&tid=4186&extra=page%3D1>>. Acesso em: 12 nov. 2012 (em Chinês).

LITTLE, R.; MAYE, D.; ILBERY, B. Collective purchase: Moving local and organic foods beyond the niche market. *Environment and Planning A*, 42 (8), p. 1797-1813, 2010.

LIU, F. Institutional embeddedness and local food system: Based on a case study of three typical CSAs in Z city. China Agricultural University. *Journal of Social Sciences*, 29 (1), p. 140-149, 2012b. (em Chinês).

LIU, F. *Looking for a new way of farming*: Shi Yan and her "shared harvest" Green Leaf. 2012a. Disponível em: <http://blog.sina.com.cn/s/blog_55a11f8e0102e7ty.html>. Acesso em: 12 nov. 2012 (em Chinês).

LOS ANGELES TIMES. *Some Japanese take up weekend farming*. Online, 6 dezembro 2010. Disponível em: <<http://articles.latimes.com/2010/dec/06/world/la-fg-japan-farmers-20101206>>. Acesso em: 4 Ago. 2014.

LU, X. *Social structure of contemporary China*. Beijing: Social Science Academic Press, 2010 (em Chinês).

LYSON, T. *Civic agriculture: Reconnecting farm, food, and community*. Boston: Tufts University Press, 2004.

MARSDEN, T.; SMITH, E. Ecological entrepreneurship: Sustainable development in local communities through quality food production and local branding. *Geoforum*, 36 (4), p. 440-451, 2005.

- MAYE, D.; KNEAFSEY, M.; HOLLOWAY, L. Introducing alternative food geographies. In: MAYE, D.; KNEAFSEY, M.; HOLLOWAY, L. (Ed.). *Alternative food geographies: representation and practice*. Oxford: Elsevier, 2007, p. 1-20.
- MORRIS, C.; YOUNG, C. “Seed to shelf”, “teat to table”, “barley to beer”, and “womb to tomb”: Discourses of food quality and quality assurance schemes in the UK. *Journal of Rural Studies*, 16 (1), p. 103-115, 2000.
- MURDOCH, J.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Quality, nature, and embeddedness: Some theoretical considerations in the context of the food sector. *Economic Geography*, 76, p. 107-125, 2000.
- MURDOCH, J.; MIELE, M. A new aesthetic of food? Relational reflexivity in the “alternative” food movement. In: HARVEY, M.; McMEEKIN, A.; WARDE, A. (Ed.). *Qualities of food*. Manchester: University of Manchester Press, 2004.
- NELSON, E.; GOMEZ TOVAR, L.; SCHWENTESIUS RINDERMANN, R.; GOMEZ CRUZ, M. A. Participatory organic certification in Mexico: An alternative approach to maintaining the integrity of the organic label. *Agriculture and Human Values*, 27 (2), p. 227-237, 2010.
- NESTLE, M. *Food politics: How the food industry influences nutrition and health* (revised and expanded edition). Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 2007.
- PAN, J.; DU, J. Alternative responses to “the modern dream”: The sources and contradictions of rural reconstruction in China. *Inter-Asia Cultural Studies*, 12 (3), p. 454-464, 2011a.
- PAN, J.; DU, J. The social economy of new rural reconstruction. *China Journal of Social Work*, 4 (3), p. 271-282, 2011b.
- PAÛL, V.; McKENZIE, F. H. Peri-urban farmland conservation and development of alternative food networks: Insights from a case-study area in metropolitan Barcelona (Catalonia, Spain). *Land Use Policy*, 30, p. 94-105, 2013.
- PEI, X.; TANDON, A.; ALLDRICK, A.; GIORGI, L. The China melamine milk scandal and its implications for food safety regulation. *Food Policy*, 36, p. 412-420, 2011.
- QIAO, Y. Organic farming research in China. *Organic Research Center Alliance*. Online, 2010. Disponível em: <<http://www.orca-research.org/orca-china.html>>. Acesso em: 2 Set. 2013.
- RAYNOLDS, L. T. Reembedding global agriculture: The international organic and fair trade movements. *Agriculture and Human Values*, 17, p. 297-309, 2000.
- REARDON, T.; BERDEGUÉ, J.; TIMMER, C. P. Supermarketization of the “emerging markets” of the Pacific Rim: Development and trade implications. *Journal of Food Distribution Research*, 36 (1), p. 3-12, 2005.
- ROCHA, C.; LESSA, I. Urban governance for food security: The alternative food system in Belo Horizonte. Brazil. *International Planning Studies*, 14 (4), p. 389-400, 2009.
- SANDERS, R. A market road to sustainable agriculture: Ecological agriculture, green food, and organic agriculture in China. *Development and Change*, 3(1), p. 201-226, 2006.
- SANDERS, R. *Prospects for sustainable development in the Chinese countryside: The political economy of Chinese ecological agriculture*. Brookfield: Ashgate, 2000.
- SCHUMILAS, T. *Alternative food networks with Chinese characteristics*. Tese (Doutorado). Department of Geography & Environmental Management, University of Waterloo, 2014.
- SCHUMILAS, T.; SCOTT, S.; SI, Z.; FULLER, T. *CSAs in Canada and China: Innovation and paradox*. Documento apresentado na conferência internacional sobre reconstrução rural e soberania alimentar, 2º Fórum Sul-Sul sobre sustentabilidade, Chongqing, China, 7-11 Dez, 2012.

- SCIALABBA, N. E.; MÜLLER-LINDENLAUF, M. Organic agriculture and climate change. *Renewable Agriculture and Food System*, 25 (2), p. 158-169, 2010.
- SCOTT, S.; SI, Z.; SCHUMILAS, T.; CHEN, A. Contradictions in state- and civil society-driven developments in China's ecological agriculture sector. *Food Policy*, 45 (2), p. 158-166, 2014.
- SHENG, J.; SHEN, L.; QIAO, Y.; YU, M.; FAN, B. Market trends and accreditation systems for organic food in China. *Trends in Food Science & Technology*, 20, p. 396-401, 2009.
- SHI, T. Ecological agriculture in China: Bridging the gap between rhetoric and practice of sustainability. *Ecological Economics*, 42, p. 359-368, 2002.
- SHI, T.; GILL, R. Developing effective policies for the sustainable development of ecological agriculture in China: The case study of Jinshan County with a systems dynamics model. *Ecological Economics*, 53, p. 223-246, 2005.
- SHI, Y.; CHENG, C.; LEI, P.; WEN, T.; MERRIFIELD, C. Safe food, green food, good food: Chinese community supported agriculture and the rising middle class. *International Journal of Agricultural Sustainability*, 9 (4), p. 551-558, 2011a.
- SHI, Y.; CHENG, C.; LEI, P.; ZHU, Y.; JIA, Y.; WEN, T. Correlation analysis of ecological urban agriculture development and the rise of urban middle class: A participatory study based on the operation of Little Donkey Farm CSA. *Guizhou Social Sciences*, 254 (2), p. 55-60, 2011b (em Chinês).
- SHU, Q. Beijing farmers' market: an attempt to build the "food community". *The Wall Street Journal* (versão chinesa), 2012. Disponível em: <<http://cn.wsj.com/gb/20121029/TRV082620.asp>>. Acesso em: 12 nov. 2012.
- SMITHERS, J.; LAMARCHE, J.; JOSEPH, A. Unpacking the terms of engagement with local food at the farmers' market: Insights from Ontario. *Journal of Rural Studies*, 24 (3), p. 337-350, 2008.
- SONNINO, R.; MARSDEN, T. Beyond the divide: Rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. *Journal of Economic Geography*, 6, p. 181-199, 2006.
- SUN, D. *Microblog posts*. 2 jan. 2013. Disponível em: <http://www.weibo.com/p/1005051071561494/weibo?is_search=0&visible=0&is_tag=0&profile_ftype=1&page=116#feedtop>. Acesso em: 1 Abr. 2014 (em Chinês).
- THIERS, P. From grassroots movement to state-coordinated market strategy: the transformation of organic agriculture in China. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 20 (3), p. 357-373, 2002.
- THIERS, P. Using global organic markets to pay for ecologically based agricultural development in China. *Agriculture and Human Values*, 22 (1), p. 3-15, 2005.
- TREGEAR, A. Progressing knowledge in alternative and local food networks: Critical reflections and a research agenda. *Journal of Rural Studies*, 27, p. 419-430, 2011.
- URBAN PLANT PROJECT SEOUL. *Weekend farm*. 21 set 2010. Disponível em: <<http://urbanplantseoul.wordpress.com/2010/09/21/%EC%A3%BC%EB%A7%90%EB%86%8D%EC%9E%A5-weekend-farm/>>. Acesso em: 4 ago. 2014.
- WATTS, D. C. H.; ILBERY, B.; MAYE, D. Making reconections in agro-food geography: Alternative systems of food provision. *Progress in Human Geography*, v. 29, n.1, p. 22-40, 2005.

- WEN, T.; LAU, K.; CHENG, C.; HE, H.; QIU, J. Ecological civilization, indigenous culture, and rural reconstruction in China. *Monthly Review*, 63 (9), p. 29-44, 2012.
- WHATMORE, S.; STASSART, P.; RENTING, H. Guest editorial: What's alternative about alternative food networks? *Environment and Planning A*, 35, p. 389-391, 2003.
- WILKINSON, J. 2010. Recognition and redistribution in the renegotiation of rural space: The dynamics of aesthetic and ethical critiques. In: GOODMAN, M.; GOODMAN, D.; REDCLIFT, M. (Ed.). *Consuming space: Placing consumption in perspective*. Aldershot: Ashgate, 2010.
- WILSON, A. D. Beyond alternative: Exploring the potential for autonomous food spaces. *Antipode*, 45 (3), p. 719-737, 2013.
- WISKERKE, J. S. C. On places lost and places regained: Reflections on the alternative food geography and sustainable regional development. *International Planning Studies*, 14 (4), p. 369-387, 2009.
- YANG, G. Contesting food safety in the Chinese media: Between hegemony and counter-hegemony. *The China Quarterly*, 214, p. 337-355, 2013.
- YE, X.; WANG, Z.; LI, Q. The ecological agricultural movement in modern China. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 92, p. 261-281, 2002.
- YIN, C.; ZHOU, W. We're all farmers now. *China Dialogue*. Online. 2012. Disponível em: <<http://www.chinadialogue.net/article/show/single/en/4944-Were-all-farmers-now>>. Acesso em: 12 nov. 2012.
- YUAN, Y. China's tycoons go farming. *China Dialogue*. Online. 2011. Disponível em: <<http://www.chinadialogue.net/article/show/single/en/4622-China-tycoons-go-farming>>. Acesso em: 12 nov. 2012.
- ZHANG, W. The Chinese reality of organic farmers' markets. *New Business Weekly 06*. Online. 2013. Disponível em: <<http://www.yogeev.com/article/29783.html>>. Acesso em: 13 mar. 2014 (em Chinês).

Reflexões sobre o fenômeno da “virada da qualidade” no contexto da Europa oriental: o caso do movimento por alimento local da Ucrânia¹

Leo Dvortsin
Gianluca Brunori

Introdução: uma “virada da qualidade” na Ucrânia?

Durante o período comunista, a Ucrânia desempenhou um papel fundamental na cadeia de abastecimento alimentar de toda a União Soviética, graças às suas condições agrícolas favoráveis. O setor agrícola ucraniano produzia aproximadamente um quarto de toda a produção soviética e um volume considerável de seus excedentes de produtos como carnes, queijos, grãos e vegetais abasteciam outras repúblicas que, juntas, formavam o sistema alimentar soviético (Matabadal, 2013). A estrutura desse sistema de abastecimento alimentar caracterizava-se pela predominância de fazendas estatais e coletivas, fábricas estatais de produtos alimentícios e estabelecimentos de varejo controlados pelo Estado (Gorton et al., 2003). Além desse modelo formal,

¹ Tradução de Regina Beatriz A. Vargas e Revisão Técnica de Sergio Schneider e Marcio Gazolla.

a economia soviética apresentava níveis substanciais de produção e comércio agrícolas informais, baseados principalmente na produção, processamento e venda de alimentos em pequena escala, através de redes sociais familiares (Dries, Reardon e Swinnen, 2004). Esse fenômeno pode ser atribuído, sobretudo, à severa escassez de alimentos causada pelo fracasso sistemático de uma economia centralmente planejada em combinar demanda e oferta, à má gestão das compras públicas e à simultânea assimetria de informações entre unidades agrícolas, indústrias alimentícias, comércio varejista e consumidores (von Bremzen, 2013). As redes alimentares informais ou “alternativas” baseavam-se em excedentes da produção de alimentos para consumo próprio (em lotes familiares de terras do Estado e propriedades coletivas dos trabalhadores agrícolas, e em hortas ‘*dacha*’ e casas de campo de habitantes das cidades), no contexto de uma economia de “escassez”. Além disso, a produção doméstica de alimentos servia de instrumento para a prática da reciprocidade na sociedade soviética, proporcionando acesso a produtos e serviços escassos na época (Lovell, Ledeneva e Rogachevskii, 2001, em Round, Williams e Rodgers, 2010). Contudo, a queda da União Soviética (em 1991) conduziu à ruptura do antigo sistema alimentar, dando início à rápida transição para uma economia alimentar comercial e industrializada, baseada em valores capitalistas (Smith e Jehlicka, 2007). Essa mudança teve consequências graves para o interior da Ucrânia, suas populações rural e urbana, setor agrícola, indústria alimentar, serviços HORECA (hotel, restaurante e catering) e comércio varejista. O país sofreu mudanças drásticas, com queda significativa no número de produtores rurais, decréscimo da produção pecuária e agrícola, processos de reestruturação e privatização de propriedades rurais e outras, e, principalmente, crescimento dos níveis de pobreza entre amplas camadas da população. De maneira geral, o pouco interesse e a falta de atenção para com a agricultura por parte dos governantes ucranianos levaram à ausência de estratégias em relação a qualquer política agrária e a inconsistências nos planos e regulamentações para o desenvolvimento rural (FAO, 2012).

Ao mesmo tempo, a transição para uma economia de mercado permitiu a formação de novas agências, instituições e iniciativas no âmbito do sistema alimentar recém estabelecido e induziu a rápida expansão de redes de supermercados nacionais e estrangeiras. Estabeleceu-se, por assim dizer, uma verdadeira revolução varejista, levando a que cerca de 30% a 40% de todas as vendas de alimentos atualmente se efetivem em supermercados (Deloitte, 2012; Tarashevych, 2012). O setor de supermercados, como principal canal de varejo de alimentos, desenvolve-se de maneira mais intensa nas grandes cidades da Ucrânia. Em Kiev, capital da Ucrânia com aproximadamente 3 milhões de habitantes, por exemplo, mais de 84% de todos os consumidores compram sua comida em supermercados (Tarashevych, 2008). A revolução varejista tem conduzido à padronização de parte da produção agrícola e do funcionamento da cadeia nacional de abastecimento alimentar². Entre as principais

² Outra causa importante da modernização e padronização do sector agrícola primário foi o papel crescente das *agro-holdings* ucranianas que utilizam o fértil solo negro para produzir *commodities* como grãos e oleaginosas ou ração animal (milho e soja), principalmente para a exportação no mercado global.

forças propulsoras da padronização de processos e produtos encontram-se: a necessidade de aumentar a eficiência da cadeia de abastecimento e sua competitividade, a necessidade de melhorar a qualidade da produção, e vantagens da economia de escala na distribuição e transporte de alimentos (Dries et al., 2004; Bezlepkina, van Berkum e Rau, 2013).

Entretanto, grande parte tanto da produção agrícola quanto de suas vendas permaneceu fora do setor varejista moderno. A produção doméstica de alimentos por pequenas unidades familiares ocupa quase 30% das terras agrícolas e responde por mais de 42% da produção agrícola bruta da Ucrânia, com percentuais ainda mais elevados em subsetores como a criação de animais e a produção de frutas e de batatas³ (Bezlepkina et al., 2013). Segundo estimativa de especialistas, entre 40% e 50% dos alimentos é vendido através de cadeias de abastecimento alimentar tradicionais e, especialmente, nas feiras livres oficiais, que respondem por 20% das vendas (Tarasseych, 2012). Para alguns produtos, como a carne, este percentual pode atingir até 90% (Tarasseych, 2008). Frequentemente, este outro “mundo dos alimentos” organiza-se em torno de vendas (formais e informais) dos excedentes de produção da população rural, da agricultura familiar, de intermediários e de produtores urbanos com hortas em casas de campo. Tais vendas se realizam em feiras livres e de agricultores, tendas à beira de estradas, exposições, etc. Esses pontos de venda localizam-se dentro ou perto de áreas densamente povoadas das metrópoles e cidades. Dependendo do nível de formalidade, esses mercados locais podem cumprir com as normas sanitárias e de segurança alimentar para a venda de alimentos. Os consumidores (principalmente pessoas de meia-idade e idosos) percebem esses lugares como fontes de alimentos mais baratos, se comparados a supermercados locais, e de produtos orgânicos e de melhor qualidade (Tarasseych, 2008; 2012). Ainda assim, pode-se explicar a atual ascensão dos supermercados como o resultado da transição para uma economia e sistema alimentar capitalistas na Ucrânia. Smith e Jehlicka (2007) apontam, contudo, que os países da Europa central e oriental exibem uma grande diversidade de trajetórias de desenvolvimento, no que concerne aos caminhos de transição em um ambiente pós-socialista. Portanto, os sistemas alimentares afetados conseguem conciliar tradições locais de produção doméstica e autoabastecimento de alimentos, com tendências de compras globalizadas e recentes mudanças para agricultura e consumo alimentar mais sustentáveis (Smith e Jehlicka, 2007).

Apesar do evidente atraso do atual sistema de produção e distribuição de alimentos (por exemplo, infraestrutura logística inadequada e instalações precárias de armazenamento pós-colheita), dos retrocessos (diminuição do número de feiras livres e de seus consumidores) na organização tradicional da cadeia de abastecimento alimentar, das crises econômicas e políticas⁴ e das mudanças sociais, há um crescente

³ As *agro-holdings* estão concentradas na produção de *commodities* para exportação e, portanto, dominam esse segmento.

⁴ O conflito político e militar de 2013-2014 entre Ucrânia e Rússia envolvendo a integração europeia da Ucrânia, com o embargo e sanções impostas pela Rússia aos produtos alimentares ucranianos mais exportados.

segmento de consumidores ucranianos que buscam produtos de qualidade em suas práticas alimentares. Tais grupos de consumidores abrangem desde aqueles que produzem para consumo próprio, até os que buscam ativamente alimentos de qualidade, os cidadãos envolvidos em movimentos alimentares, os consumidores de classe média-alta em busca de alimentos típicos e especialidades, e as cadeias de supermercados que desejam acompanhar essas tendências. Conforme Goodman (2003), esses fatos colocam uma ênfase especial na capacidade de reconfigurar as relações produtor-consumidor e na transformação geral de práticas agroalimentares. O setor varejista ucraniano está em busca de oportunidades e reagiu inicialmente de forma positiva à virada da “qualidade” que avança na sociedade ucraniana. Ao mesmo tempo, as redes de supermercados enfrentam dificuldades para organizar a oferta de alimentos adequada para atender à nova demanda. Em parte, os desafios organizacionais podem ser atribuídos ao contexto geral de negócios de uma economia em transição, com seus altos níveis de imprevisibilidade, cenário institucional desfavorável e limitações de infraestrutura e financeiras (Gagalyuk, Hanf e Hingley, 2013). A rede de abastecimento de alimentos na Ucrânia caracteriza-se por uma infraestrutura de mercado pouco desenvolvida e pelo monopólio de agrocomerciantes e empresas na indústria de processamento (Gagalyuk et al., 2013). Um problema específico é gerado pela estrutura do setor de produção agrícola e da indústria de alimentos – muitos produtores familiares e de pequena escala, que têm um impacto importante na produção, são muitas vezes incapazes de atender aos padrões de quantidade e qualidade tanto da indústria de alimentos como do setor varejista (Gagalyuk e Hanf, 2009). Por sua vez, grande parte da indústria de alimentos ucraniana é obsoleta ou ineficiente e não está adaptada aos padrões do sistema alimentar moderno (Schneider et al., 2005). Além disso, a falta de recursos financeiros, o pouco conhecimento dos novos métodos de gestão logística e das tecnologias, por boa parte dos produtores de pequena escala, dificultam a expansão da cadeia de abastecimento alimentar ucraniana (Gagalyuk e Hanf, 2009).

Neste ambiente aparentemente caótico e contraditório, há um grande número de novas iniciativas que tentam lograr sua própria transição, através da prática de agricultura orgânica certificada⁵, da fabricação de produtos alimentícios de marca e artesanais, da construção de redes alimentares formais, do uso de logística moderna e da organização de movimentos por alimentação local. Essas novas práticas alimentares, combinadas às tradicionais, são frequentemente baseadas em cadeias de abastecimento muito mais curtas ou em outras formas de consumo e provisão de alimentos alternativas às transações puramente comerciais do mercado (Smith e Jehlicka, 2007).

⁵ “A área de produção orgânica abrange mais de 270.000 hectares, colocando a Ucrânia entre os 20 principais líderes da produção orgânica e em primeiro lugar entre os países do Leste Europeu” (FAO, 2012, p. 18).

Reflexões sobre o fenômeno da “virada da qualidade” no contexto ucraniano

O consumo e, especialmente, o consumo de alimentos são comumente considerados uma expressão de tendências sociais mais abrangentes. *“Sabe-se que, em países economicamente desenvolvidos, o consumo de alimentos já não é um simples ato de satisfação de uma necessidade nutricional, mas tornou-se uma atividade complexa, consequência de escolhas ditadas por diferentes motivos e fatores”* (Cerruti, 2010, p. 32-33). Isso, obviamente, também ocorreu no passado e em lugares economicamente menos desenvolvidos. A principal diferença em relação ao passado é a tendência de abandonar ou mudar tradições gastronômicas, a individualização do consumo de alimentos, e a reconstrução dos hábitos alimentares com base em diferentes padrões.

Além disso, o consumo de alimentos em países pós-socialistas como a Ucrânia não ocorre exclusivamente através das relações econômicas do mercado (Klumbyte, 2010). No passado recente, o Estado teve um papel fundamental na configuração do consumo nos países da Europa oriental, ao passo que, hoje, o consumo tornou-se um exemplo de processo político, pelo qual valores e identidades são transformados e formados em uma sociedade (Klumbyte, 2010). De fato, as mudanças no comportamento social associadas à transição das práticas alimentares na Ucrânia mostram a emergência de novos significados e interpretações dos termos alimento e qualidade. Tais mudanças apresentam uma oportunidade para reconfigurar relações produtor-consumidor nas cadeias de abastecimento alimentar e podem ser consideradas como um processo transformador, uma “virada da qualidade” no sistema alimentar atual (Goodman, 2003). Várias das tendências de consumo ucranianas acima mencionadas ajustam-se às mudanças sociais mais amplas, pelo menos no mundo ocidental, uma vez que passam por um processo de transição de um modelo “produtivista”⁶ e “industrial” para uma sociedade “pós-produtivista” e “pós-industrial”. Apoiada pela mudança de comportamento e facilitada pelas modificações estruturais institucionais, a narrativa está mudando da produtividade para a autossuficiência, em um mundo de recursos escassos (Freibauer et al., 2011). Esta evolução da sociedade também tem resultado em mudanças graduais no sistema agrícola: passando de um modelo de produção de alimentos estritamente setorial para um sistema baseado em uma variedade de qualidades (Kjeldsen, Deleuran e Noe, 2013).

Goodman (2003) descreve essas convenções de qualidade alternativas como sendo radicadas em confiança, tradição e origem, promotoras da agricultura ecológica e da natureza, de produtos e serviços diferenciados, produção (re)localizada e novas formas de associação e interação econômicas. A passagem para novas dimensões de qualidade dos alimentos revela mudanças tanto na oferta quanto na demanda, que vão além

⁶ Esta abordagem permitiu que o modelo atualmente predominante de cadeias de abastecimento alimentar globais, dominadas por varejistas de alimentos que agem como guardas entre produtores e consumidores (Lang, 2010), controlando (mas nem sempre admitindo) as interrelações entre produção, transformação, distribuição e consumo de alimentos (Hendrickson e Heffernan, 2002; Kanefal, Mascarenhas e Hatamaka, 2005).

do sentido usual de qualidade usado pelo mercado e expresso através dos preços dos produtos. Atributos complexos e intangíveis tais como consciência ambiental, saúde, ética, paladar e local de origem precisam ser levados em conta atualmente, devido à “virada da qualidade”, juntamente com as tendências mais gerais de vantagem para o consumidor (Bienabe, Vermeulen e Bramley, 2011). A “virada da qualidade” deve ser tratada com atenção, uma vez que é uma das muitas tendências em curso no mundo globalizado. Ocorre também uma padronização de processos de abastecimento de alimentos, igualmente em termos de qualidade, ao mesmo tempo em que padrões tradicionais continuam vivos em muitos países, assim como tendências de autoprovisão e movimentos de retorno ao campo. Todos esses movimentos estão inter-relacionados e, portanto, interagem entre si. Shevchenko (2002) sugere que a compreensão dos fenômenos globais, e predominantemente ocidentais, relacionados ao comportamento de consumo requer uma reflexão especial. No contexto de um país pós-socialista como a Ucrânia, é necessário examinar essas tendências sob a perspectiva da adaptação do desenvolvimento global ao ambiente local: “glocalização” das tendências.

Além disso, um fator importante a considerar na análise dos novos sistemas agroalimentares é o valor relacional da qualidade, criada pelas pessoas através da interação social em um determinado ambiente natural (Goodman, 2003). A “virada da qualidade” favorece a reintegração tanto da produção quanto do consumo em redes sociais, como uma tentativa de reagregação social em um sistema alimentar “pós-productivista” (Cerruti, 2010). Redes alimentares recém estabelecidas representam uma forma organizacional “alternativa” ou diferente de abastecimento e consumo de alimentos. Elas não são baseadas em uma lógica estrita de eficiência logística, padronização, uniformidade e produção em massa. Ao contrário, essas redes são baseadas no dinamismo e no conteúdo inovador de novos circuitos de produção e comércio de alimentos que não se enquadram no modelo convencional de produção agrícola (Renting, Marsden e Banks, 2003).

Consequentemente, à primeira vista, a atribuição do fenômeno da “virada da qualidade” ao ambiente pós-socialista dos países da Europa oriental, e especificamente da Ucrânia, pode parecer inapropriada e incorreta. Foi apenas a partir da década de 1980 que os sistemas alimentares tradicionais dos países do leste europeu passaram por uma transformação, com a rápida ascensão de indústrias processadoras de larga escala, atacadistas e supermercados (Reardon e Timmer, 2012). A Ucrânia foi um dos últimos países da Europa oriental a participar da globalização do varejo alimentar (Dries et al., 2004). Algumas das mudanças são similares às que ocorreram na Europa ocidental e na América do Norte, enquanto outras apresentam diferenças significativas nos processos de transformação. Em geral, a transição de um sistema alimentar tradicional para um moderno está ocorrendo em um ritmo mais acelerado e é acompanhada pelo crescimento da classe média. Contudo, ao mesmo tempo, o sistema está se desenvolvendo em um contexto de muitos produtores de pequena escala e de altos níveis de pobreza entre parcelas expressivas de consumidores e produtores (Reardon e Timmer, 2012). As estatísticas fornecidas pelo governo ucraniano mostram que pelo menos 20% da população do país vive em condições de pobreza – expressa por uma renda inferior ao mínimo necessário para subsistência conforme definido pelo

Estado. Todavia, de acordo com Round, Williams e Rodgers (2010), este número não reflete a realidade, e os níveis de marginalização econômica são significativamente mais elevados. Acontecimentos políticos recentes, a reviravolta política também conhecida como “a revolução da dignidade” (2013-2014) e a guerra (2014-2015) tornaram as condições socioeconômicas ainda mais prementes. Apesar disso, mesmo em lugares onde o preço, mais do que qualquer outro atributo, segue sendo o principal determinante das práticas de consumo alimentar, uma crescente consciência sobre práticas de consumo sustentáveis está emergindo (Davies, 2013). “*Nessas localidades, discussões sobre sustentabilidade estão começando a focar mais cuidadosamente no lado da demanda na equação alimentar – essencialmente, nas pessoas e nas práticas de alimentação que, por sua vez, têm relações complexas com a produção agrícola, e com o processamento, transporte, armazenamento, varejo, cozimento e descarte de alimentos*” (Davies, 2013, p.5).

Normalmente, a Ucrânia serve de exemplo de país emergente com uma economia em transição associada a uma aguda desigualdade de riqueza (com uma economia moderna, baseada em consumidores estabelecidos e emergentes, e um grande contingente de cidadãos economicamente marginalizados atuando em uma economia de permuta) (Shevchenko, 2002; Bienabe et al., 2011). Essa dualidade pode ser identificada no setor agrícola com um varejo fortemente desenvolvido, presença de agro-holdings, de produtores de pequena escala e de práticas disseminadas de produção doméstica de alimentos. Ao mesmo tempo, o sistema alimentar ucraniano está se transformando, de um orientado à produção de *commodities* para um sistema mais diferenciado em termos de qualidade. Os varejistas mostram-se capazes de detectar as tendências relacionadas à “virada da qualidade” que caracterizam as preferências dos consumidores, e de traduzi-las em novas práticas produtivas, novos produtos e serviços.

Embora haja muitas similaridades entre as redes alimentares alternativas do ocidente e as da Ucrânia e de outros países da Europa oriental em termos de conteúdo, elas apresentam diferenças significativas nas razões subjacentes a suas ações e práticas. Goodman (2003) identifica duas escolas de pensamento relacionadas às redes alimentares alternativas, que se distinguem na literatura Norte Americana e na Europeia sobre o tema. Discutidas por acadêmicos influentes como Guthman, Hinrichs, Allen e o próprio Goodman, as redes alimentares alternativas são uma expressão de movimentos sociais que buscam conquistar justiça e democracia alimentar através do ativismo por uma mudança radical do sistema de produção e distribuição de alimentos no cenário Norte Americano. Já autores europeus como van der Ploeg, Morgan, Lang, Marsden e Murdoch relacionam as redes alimentares alternativas a novas abordagens para desenvolvimento rural, economias locais e modelos institucionais de inovação.

A Revolução do comércio varejista e a “virada da qualidade” na Ucrânia

Entre 1995 e 2005, os supermercados foram os maiores propulsores da formação de cadeias de abastecimento alimentar na Ucrânia. Eles utilizaram a gestão de qualidade como um dos mecanismos chave de governança e gerenciamento na construção das

atuais cadeias de abastecimento alimentar. Um dos principais fatores que explicam o contínuo avanço das cadeias de supermercados na Ucrânia é a conveniência oferecida aos consumidores (horário de funcionamento, localização, disponibilidade, compras em um só local), mas tal conveniência precisou render-se a produtos padronizados, ingredientes altamente processados, perda do sabor e baixa relação preço-qualidade⁷. Por outro lado, o mercado ucraniano de alimentos apresenta diferenças significativas em sabor, padrões de consumo, tradições culinárias e nível de gastos⁸ entre famílias das regiões ocidental, central, sul e leste da Ucrânia e da península da Crimeia. Buscando enriquecer a escolha do consumidor, o aspecto artesanal dos produtos locais e estrangeiros é frequentemente promovido pelos varejistas em suas campanhas de marketing. Assim, as principais atividades voltadas à realocação dos alimentos podem ser observadas no mercado convencional, em supermercados locais e, em menor extensão, nas feiras de agricultores e nos mercados informais. Além dos mercados informais de agricultores (vendas à beira de estradas), existem algumas feiras de agricultores organizadas por autoridades locais, mas essas são muito dependentes da vontade de políticos locais. Até hoje, não existe uma política oficial para apoiar este tipo de atividade de varejo alimentar.

Assim, atualmente um consumidor médio ucraniano pode escolher entre várias fontes para obter alimentos, desde feiras livres até hiper e supermercados⁹. Além disso, muitos ucranianos ainda contam com parentes que vivem no campo (cerca de 31% da população) e que os abastecem com produtos da estação frescos ou processados. Outros possuem casas de verão no campo, com hortas onde produzem suas próprias frutas e verduras, que os abastecem parcialmente com produtos alimentícios básicos¹⁰. Contudo, a cultura do consumo e produção alimentar sustentáveis e responsáveis ainda está em estágio embrionário na Ucrânia, e a situação atual está afetando aspectos do bem-estar social tais como saúde, condições econômicas, qualidade de vida e hábitos de consumo de alimentos dos cidadãos ucranianos.

O contexto atual inclui o debate público sobre a efetiva qualidade dos alimentos e da proteção ambiental¹¹, já que é muito fácil alterar a qualidade de produtos em uma cadeia que não é transparente. Por isso, iniciativas e movimentos alimentares

⁷ O mercado varejista de produtos alimentares da Ucrânia caracteriza-se por um nível relativamente baixo de consolidação. Existem mais de 100 grandes e pequenos comerciantes do setor alimentar no país. Os supermercados continuam a ser o canal de vendas mais popular para o varejo de alimentos na Ucrânia, respondendo por 40% do volume total de negócios de varejo na Ucrânia (2012).

⁸ O gasto médio *per capita* com alimentação é de 295 Euros por mês, ou cerca de 39% do orçamento familiar (Global food security index 2014).

⁹ Estima-se que os hiper e supermercados respondam por 45-50% das vendas de varejo de alimentos até 2015; redes de lojas de conveniência e lojas de descontos vão capturar 25-35% do mercado, feiras livres, 25%, grandes armazéns do estilo soviético (mantimentos, comércios de balcão) 10-15%, e outros pontos de venda 10%.

¹⁰ A atividade agrícola de subsistência é bastante difundida na Europa Central e Oriental e as taxas de autossuficiência variam de 40% na Rússia a 50% em países como a Bulgária e Romênia.

¹¹ Com o aumento do setor orgânico, e da consciência ambiental em geral entre os cidadãos ucranianos após o acidente da central nuclear de Chernobyl (1986), a sustentabilidade passou a ter seu espaço no debate sobre segurança alimentar, pelo menos entre os consumidores.

locais querem estabelecer continuidade da rastreabilidade e da demanda nas relações entre consumidores e produtores. Assim, o retorno a uma dimensão mais humana das relações, através de cadeias curtas de abastecimento alimentar, é uma reação da sociedade civil ucraniana urbana, com seu crescente número de organizações sociais. Vale observar que um grupo cada vez maior de jovens moradores das cidades dispõe-se a dar continuidade às atividades agrícolas de seus parentes do meio rural, mas de forma diferente. “*Para eles, a produção e distribuição de alimentos é uma questão de receber a família e os amigos, de hospitalidade, de generosidade*” (McMonagle, 2014). Esses novos grupos de consumidores comuns, as iniciativas alimentares locais e as organizações não-governamentais (ONG) recentemente estabelecidas tomaram para si a tarefa de interagir com agricultores de pequena escala e familiares a fim de ajudá-los a diversificarem sua produção e encorajá-los a criarem instalações de processamento de alimentos que melhorem a qualidade de seus produtos.

No antigo sistema alimentar da então União Soviética, as relações costumavam ser baseadas na reciprocidade de créditos de confiança, mas a globalização do sistema alimentar mudou essas relações, como resultado da transição para uma economia de mercado, com suas economias de escala, expansão geográfica das atividades, etc. Esse crédito de confiança era construído sobre o “*blat*” – um sistema de redes sociais e contatos informais estabelecidos e mantidos individualmente, de forma a conseguir bens e serviços escassos, e um sistema de resolução de problemas da vida cotidiana, no contexto de limitações estruturais da sociedade soviética (Ledeneva, 1998). No ambiente econômico (Barsukova, 2013) e sistema alimentar atuais há menos espaço para essas relações pessoais. Os intermediários ocuparam as lacunas estruturais entre produtores e consumidores. A criação de novas marcas de alimentos tornou-se uma consequência lógica dessas mudanças. Ao invés de pessoas reais, nomes de marcas foram criados para contar aos consumidores ucranianos uma história em que eles pudessem acreditar e confiar. Associações foram construídas para torná-los familiarizados com a qualidade anunciada.

Atualmente, o frescor segue sendo uma das principais características distintivas de produtos locais comparados aos de supermercados, onde produtos frescos são frequentemente tratados para terem uma vida mais longa nas prateleiras. Serviços personalizados e qualidade dos produtos são as suas principais vantagens competitivas. Os principais grupos de consumidores interessados em alimentos locais, sazonais e orgânicos, em Kiev e outras cidades grandes, são os profissionais e trabalhadores administrativos e as mães com filhos pequenos. Trabalhadores administrativos estão preocupados com sua saúde e querem comer produtos saudáveis, enquanto as famílias com crianças pequenas apreciam a segurança, a rastreabilidade e o aspecto não industrializado do alimento oferecido.

Vale destacar uma importante diferença entre as motivações dos habitantes do meio rural que compram dos agricultores familiares nas feiras agrícolas locais e as dos consumidores urbanos que obtêm sua comida através de iniciativas como redes alimentares alternativas ou cooperativas de alimentos. Consumidores rurais estão menos interessados e são menos sensíveis à qualidade do serviço, enquanto para consumidores na capital ucraniana este aspecto é fundamental. Para habitantes do

interior, a embalagem e o sabor do produto final são menos importantes, enquanto o preço é essencial (Horska, Urgeova e Prokeinova, 2011), pois possuem habilidades para ajustar o sabor às suas próprias necessidades. Já os consumidores urbanos querem produtos prontos para consumo. Serviços personalizados e qualidade dos produtos são a principal vantagem competitiva no contexto urbano.

O que está fora da revolução do varejo?

Atualmente, uma parcela ainda relativamente grande dos alimentos é produzida e vendida fora dos canais modernos de varejo de alimentos. Apesar das estimativas de que o setor varejista responderá por 45% das vendas de alimentos na Ucrânia até 2015 (Tarashevych, 2012), uma quantidade significativa de alimentos é vendida diretamente por agricultores de pequena escala, não integrados à cadeia convencional de abastecimento, em feiras livres, ou obtida através de autoprovisão por cidadãos locais e distribuída através de redes informais e cadeias curtas de abastecimento de alimentos.

Aparentemente, para lidar com os sérios desafios econômicos e sociais e com as incertezas que vieram após 1991, as pessoas se voltaram para a produção doméstica de alimentos na Ucrânia (Round et al., 2010). Esse tipo de atividade agrícola é considerado tecnicamente menos eficiente e sua produção, em geral, não é comercializada, acentuando a ocorrência da produção e distribuição de alimentos não colocados no mercado (Kostov e Lingard, 2004). Conforme apontam Round et al. (2010), o domínio de atividades de autoabastecimento alimentar na Ucrânia e em outros países pós-socialistas e pós-soviéticos deve ser vista no contexto de espaços de resistência e de uma tática de enfrentamento, estabelecidos em redes sociais estruturadas em torno da produção doméstica de alimentos. Kostov e Lingard (2002; 2004) defendem que as características associadas à produção doméstica e outras formas de autoabastecimento, quando combinadas às atividades agrícolas de mercado, podem ser positivas tanto em termos de produção quanto de consumo. Brüntrup e Heidhues (2002) sugerem que o autoabastecimento pode até mesmo funcionar como uma atividade estabilizadora durante períodos de transição e de mudança econômica estrutural em um país ou região. Isso significa que a produção doméstica, troca, partilha e dádiva, e consumo de alimentos, externas ao recém estabelecido setor varejista não devem ser vistas como uma barreira ao desenvolvimento do sistema alimentar ucraniano e à melhoria de suas cadeias de suprimento de alimentos.

Além disso, dessa perspectiva, a produção doméstica de alimentos na Ucrânia pode comparada ao fenômeno da “virada da qualidade” e das redes alimentares alternativas no contexto ocidental, uma vez que a prática da produção doméstica de alimentos está associada a percepções de mais qualidade, confiança, produção ecológica e a cadeias (mais) curtas de abastecimento alimentar (Round et al., 2010). Esses autores enfatizam, ao mesmo tempo, que a análise da produção doméstica e do autoabastecimento de alimentos na Ucrânia deve superar a visão estritamente econômica e incluir aspectos sociais, mudanças sociais, desenvolvimento do estado e táticas de enfrentamento cotidianas. Adicionalmente, deve-se destacar que essas redes

alimentares não são “alternativas”, mas, ao contrário, são a única opção para muitos cidadãos ucranianos marginalizados.

O Papel das elites

Segundo o Global Food Security Index (2014), os ucranianos gastam cerca de 38% de sua renda com alimentação. Em um país com uma economia problemática, altos níveis de pobreza e uma situação política instável, ocorrem, no entanto, dinâmicas positivas entre o crescente número de pessoas que integram as classes média e alta da sociedade. Atualmente, após duas décadas de ênfase em produtos exclusivos e estrangeiros e em restaurantes internacionais como símbolos de status para as elites locais, a situação muda rapidamente rumo à realocação dos alimentos. Essa mudança na valorização do alimento deve-se principalmente ao papel ativo de chefs celebridades, críticos gastronômicos, proprietários de restaurantes, membros da classe criativa em grandes cidades e ativistas de movimentos por alimento local, que começaram a desempenhar um papel importante no desenvolvimento do sistema alimentar ucraniano e de uma nova abordagem para a produção e consumo de alimentos e práticas associadas. Dois dos principais influenciadores no segmento de restaurantes na Ucrânia, Aurora Ogorodnyk e Igor Suhomlyn (2013), previram que “*mais atenção será dedicada a produtos locais, terroir e nativos, ao surgimento de cozinhas regionais e sua promoção, como já ocorreu nas cozinhas da Galícia, da Crimeia e de Odessa*”¹². Outro fenômeno notável e significativo relacionado ao consumo de alimentos é a relação com o passado soviético e as consequentes transformações pós-socialistas através da dieta, e um renascimento dos produtos alimentícios e lugares associados à cozinha soviética. Klumbyte (2010) explica que o ressurgimento de produtos que eram populares na União Soviética é uma expressão política e comercial do descontentamento com as reformas, a redistribuição da riqueza, e as falhas do Estado e do mercado na economia de transição do leste Europeu. Além dessas razões políticas e econômicas para a popularidade de alimentos tradicionais da era soviética e de restaurantes e cafés ambientados conforme a mesma, esta tendência é uma manifestação de nostalgia por uma cultura alimentar autêntica e dinâmica, que representava experiências pessoais, históricas, sociais e políticas, geralmente compartilhadas no império perdido marcado pela escassez (von Bremzen, 2013). “*A verdade sobre a cozinha soviética, é claro, é que ela não foi nem o inferno das batatas podres de seus detratores, nem o paraíso animado e reconfortante de seus consumidores saudosistas*” (von Bremzen, 2014)¹³.

Finalmente, outro aspecto importante associado às mudanças direcionadas às práticas alimentares recentemente compartilhadas na Ucrânia é o conteúdo educacional e artístico proposto pela nova classe cultural em ascensão em Kiev e em outras partes do país. Em 2014, um grupo de jovens entusiastas organizou um festival de

¹² Disponível em: <<http://bit.ua/2013/06/avroa-ohorodnyk-y-yhor-suhomlyn-interview/>>.

¹³ Disponível em: <http://www.foreignpolicy.com/articles/2014/02/20/mayo_drenched_heroic_soviet_cuisine_art_of_soviet_cooking>.

cinema culinário em Kiev. O festival, nascido na Noruega, foi levado para a Ucrânia, tendo sido organizado pela divisão local da Rede Jovem Slow Food (parte do movimento internacional Slow Food). Este foi o primeiro festival de cinema focado em alimento (*Food Film Festival*) oficialmente realizado na Europa oriental e, após edição exitosa na capital, os organizadores levaram o festival para as principais cidades do país, como Odessa, Charkov e Lvov. Segundo os organizadores do festival “*através do alimento as pessoas demonstram cuidado consigo mesmas e com seus entes queridos. Tudo é importante: o que comemos, onde e com quem o fazemos. Comida é mais do que satisfazer a fome; é toda uma cultura, filosofia e arte*”¹⁴. Essas mudanças afetam significativamente o desenvolvimento de novos temas e camadas sociais, culturais e gastronômicas do sistema alimentar ucraniano e seu setor agrícola.

A resposta do sistema: varejistas e circuitos alternativos

O setor varejista ucraniano está longe de operar em sua capacidade máxima, com as cinco maiores redes de supermercados detendo uma participação de mercado combinada de 25%, o que significa que o segmento dos supermercados vai seguir expandindo-se nos próximos anos (Agriculture and agri-food Canada - AGRGC, 2012). Várias tendências sociais mais impactantes, tais como o avanço da urbanização, mudança das estruturas familiares, mudança de hábitos alimentares, percepções diferenciadas da qualidade estão convertendo a compra e o consumo de alimentos em uma experiência complexa (AGRGC, 2012). A crescente complexidade do sistema alimentar ucraniano é complementada por mudanças na venda por atacado, pela necessária renovação da indústria alimentícia e pela formação de novas cadeias de suprimento de alimentos. Reardon e Timmer (2012) sugerem que estas mudanças acontecerão em etapas e que suas principais causas são a liberalização e a globalização da atual indústria agroalimentar.

No caso da Ucrânia, parece que todas as etapas estão ocorrendo simultaneamente, em um tempo reduzido. Nesse ambiente altamente dinâmico e contraditório, a forma como consumidores na Europa central e oriental definem qualidade do alimento progrediu fortemente nos últimos anos. Isso traz implicações diretas para os varejistas, ainda que o preço permaneça como o indicador mais provável da escolha. A qualidade passou a estar estreitamente associada a atributos sensoriais do alimento (seu sabor), à saúde (efeitos do alimento na saúde pessoal), ao processamento (interesse em como os alimentos são produzidos) e à conveniência (em termos de economia de tempo, armazenamento, consumo, etc.) (AGRGC, 2012).

A forma como o setor varejista responde está associada a um novo aumento das economias de escopo para assegurar a disponibilidade, através da inclusão e construção de marcas, introdução de alimentos com valor agregado, modernização dos sistemas de compra e da infraestrutura logística. Conforme observado por Dries et al. (2004), a revolução do varejo na Ucrânia e em outros países da Europa central

¹⁴ Disponível em: <<http://foodfilmfest.com.ua/about>>.

e oriental atingiu os “*mercados de alimentos dos pobres*”. Isso tem consequências para os agricultores e outros fornecedores e requer elevação dos padrões e investimentos em métodos produtivos, de forma a melhorar a qualidade e a quantidade da produção ofertada.

Ao mesmo tempo, os supermercados também constituem um canal importante de acesso para agricultores de pequena escala que produzem alimentos de alta qualidade, orgânicos, locais, típicos e especialidades, uma vez que, através desses produtos, os varejistas podem diversificar e atender nichos emergentes. Além desses evidentes processos de convergência, criam-se também rotas alternativas de abastecimento de alimentos. Tais redes e iniciativas alimentares parecem estar mais sintonizadas com a sociedade ucraniana e, portanto, são mais eficazes para traduzir as recentes tendências sociais, ecológicas, gastronômicas, culturais e, mesmo, políticas, em relações de produção e consumo de alimentos dentro do sistema ucraniano. Este fato conduz à reestruturação e reforma das atuais cadeias curtas de abastecimento alimentar, segundo princípios que vão além da lógica de desenvolvimento do setor varejista e do raciocínio puramente orientado ao mercado na economia alimentar ucraniana.

Discussão, conclusões e perspectivas futuras

Após a descrição das principais características e mudanças do sistema alimentar ucraniano, seria interessante antever como esse sistema dinâmico se mostrará em um futuro de médio prazo. Seu desenvolvimento não deverá mudar radicalmente a presença da dualidade na agricultura ucraniana, com uma clara divisão entre, de um lado, agro-holdings e produtores orientados à exportação e, de outro, famílias agricultoras de pequena escala e tradições de autoabastecimento alimentar. A evolução será simultânea, embora não harmoniosa, com influências e implicações intersetoriais. Segundo o novo governo (eleito democraticamente em 2014, após a fuga de Viktor Yanukovich, como presidente em exercício), a Ucrânia deve tornar-se um dos líderes do mercado global de alimentos. Diante do crescimento da população mundial, o governo ucraniano e as agro-holdings esperam, com o crescimento econômico, uma mudança na estrutura do consumo de alimentos, bem como nos preços desses últimos. Essas tendências levarão a aumentos substanciais da demanda e nisso residem as chances para a expansão do setor agroalimentar ucraniano, pelo menos na visão do governo. A indústria agroalimentar ucraniana defenderá uma maior liberalização do mercado, reformas no mercado fundiário, melhoria do acesso ao capital financeiro e investimentos em infraestrutura. O grande objetivo comum será o de alimentar os cidadãos ucranianos com produtos acessíveis e de alta qualidade, e, ao mesmo tempo, captar mercados internacionais. Investidores estrangeiros, por sua vez, têm mostrado interesse em fornecer novas tecnologias e investir em infraestrutura para o armazenamento e processamento de grãos, oleaginosas, ração animal e produtos alimentícios. Essas são as tendências que afetarão os produtores de larga escala, principalmente orientados à exportação. Empreendimentos do tipo agricultura familiar de pequena escala, bem como indústrias de alimentos locais estarão focadas no mercado interno

e no aprimoramento da eficiência e da qualidade. Isso acontecerá em um contexto de maior integração do mercado local nas cadeias varejistas globais de abastecimento alimentar, e de reconstrução e reestruturação dos resquícios do velho sistema alimentar soviético. O aumento dos níveis de concorrência levará a atividades de processamento nas próprias unidades agrícolas, diversificação, profissionalização de atividades de marketing e “multifuncionalização” das unidades, de forma a melhorar a condição econômica dos agricultores. Processos de urbanização, junto à modernização da agricultura, também afetarão os camponeses ucranianos. Com o aumento da demanda, eles manterão sua posição na cadeia de abastecimento alimentar, mas terão de transformar-se em mini-fazendas e aumentar os níveis de cooperação, de modo a atender às crescentes exigências de compradores e processadores, e ao volume da demanda. A produção doméstica de alimentos permanecerá um fator importante dentro do sistema alimentar ucraniano. As atividades de autoabastecimento extrapolam o sentido econômico usual, de estratégias de contingência usadas pela população pobre e marginalizada. Horticultura, produção de alimentos e a dádiva a elas associada, na forma de presentes e partilha, fazem parte das tradições locais e são o lubrificante e o cimento da estrutura social, em muitas redes formais e informais. Os itens produzidos, contudo, podem passar por mudanças devido a modificações na dieta, disponibilidade de tempo, mudanças na renda e nos contextos sociais associados à globalização e seus efeitos na sociedade ucraniana.

A revolução varejista continuará sua busca por maior participação no mercado e profissionalização da cadeia de abastecimento (com depósitos e armazéns refrigerados adequados e centros logísticos modernos), através da expansão dos supermercados em cidades menores, regiões de periferia do país e, finalmente, até mesmo nas áreas rurais. A contínua expansão será facilitada pela crescente conveniência de estabelecimentos que oferecem uma variedade de itens, compras online e serviços de entrega a domicílio, diversificação de produtos oferecidos, criação de nichos e foco em qualidade. Os mercados tradicionais reagirão através da inovação e melhoria das condições e instalações existentes para o crescimento do setor varejista. A virada em direção a alimentos de qualidade é, primeiramente, uma questão ligada às elites ucranianas, tanto as culturais quanto as econômicas e, por isso, será usada pelas redes de supermercados e indústria de alimentos, e também por produtores de pequena escala e agricultores familiares, como uma ferramenta competitiva para agregar valor. Contudo, o limiar entre elites e cidadãos que se autoabastecem é menos perceptível quando se trata do consumo de alimentos. Obviamente, é a elite que possui condições de articular a demanda por mais qualidade e está equipada para gerar uma “virada da qualidade” tangível nos padrões de produção, processamento e consumo. No entanto, o sistema alimentar ucraniano evidencia também que o consumo pode dar-se em condições de autoabastecimento no contexto doméstico. Esta atividade pode variar, desde a alteridade econômica e social, até modos alternativos bem-sucedidos de fazer negócios e construir relações diretas entre produtores e consumidores, e formação de redes para além do mero sentido de transações comerciais no mercado. Esse grau de diversidade do panorama alimentar local traz consigo grande potencial inovador para o sistema alimentar ucraniano, dadas as presentes condições agroambientais favoráveis.

Os níveis de capital social, a capacidade de auto-organização e o surgimento de movimentos sociais locais prometem mudanças adicionais no sistema alimentar ucraniano, em conformidade com as tendências globais de transição para a sustentabilidade dos sistemas produtivos. O foco dos movimentos alimentares locais incluirá aspectos do sistema alimentar tais como justiça e democracia, agricultura orgânica, empoderamento de camponeses e de agricultores familiares e seu acesso aos mercados, estabelecimento de cadeias curtas de abastecimento de alimentos, criação de sistemas alimentares locais, biodiversidade e proteção ambiental. Além disso, um tópico específico será o de formulação de políticas públicas para a área alimentar e de planos de desenvolvimento rural para a Ucrânia, em cooperação com autoridades nacionais e da UE. Maior integração e acordos de livre comércio com a UE deixarão de ser apenas uma ameaça para a existência de produtores locais de pequena escala. A integração também proporcionará oportunidades de exportação para as propriedades agrícolas comerciais e empresas com maior porte, e uma chance para os movimentos sociais influenciarem, e até mesmo co-formularem as diretrizes necessárias para apoiar a Ucrânia rural e programas de sustentabilidade, em conformidade com os padrões Europeus.

Devem-se ter em mente as lições aprendidas em outros países da Europa oriental que compartilham um passado socialista similar nos estudos que abordam o “cenário” alimentar ucraniano. Experiências de países tais como Polônia, República Checa, Lituânia e Eslováquia demonstram que redes alimentares alternativas e práticas associadas com uma agricultura, produção e consumo sustentáveis de alimentos devem ser vistas sob uma perspectiva diferente quando comparada a seus equivalentes ocidentais (principalmente Europa ocidental e América do Norte). Além disso, a transição no leste da Europa ocorre segundo um padrão não linear, de um contexto de controle estatal para as economias de mercado. Muitas formas novas e híbridas de práticas se estruturam, algumas atividades desaparecem, enquanto outras permanecem inalteradas, como, por exemplo, a produção doméstica de alimentos. Ao mesmo tempo, a Ucrânia é um dos últimos países – junto com a Rússia e outras antigas repúblicas da União Soviética (com exceção dos Estados Bálticos da Estônia, Latvia e Lituânia) – a aderir à trajetória de transição econômica. Tal fato criou uma enorme pressão sobre a sociedade ucraniana de maneira geral e, especificamente, sobre seu sistema alimentar. Mudanças perturbadoras criaram tensões sociais, culturais, políticas, ambientais e econômicas, que podem ser testemunhadas no setor agrícola e nas cadeias de abastecimento de alimentos. Um novo sistema alimentar está sendo estruturado, com base em valores diferentes, novos modelos de negócio e modos alternativos de operação.

Referências

AGRGC - Agriculture and Agri-food Canada. *Modern Grocery Retail Trends in Central and Eastern Europe*. Market indicator report. Novembro de 2012. Ottawa: International Markets Bureau, 2012

BARSUKOVA, S. Y. Blatnoi Sovetskiy Soyuz ili ekonomika vzaimnyh uslug. *Ekonomicheskaya sotsiologia*, v. 14, n. 1, p. 111-119, 2013.

- BEZLEPKINA, I.; van BERKUM, S.; RAU, M. L. *Prospects for Ukraine's agrifood sector. Implications for Dutch trade relations.* The Hague: LEI report, part of Wageningen UR, 2013.
- BIENABE, E.; VERMEULEN, H.; BRAMLEY, C. The food “quality turn” in South Africa: An initial exploration of its implications for small-scale farmers’ market access. *Agrekon: agricultural economics research, policy and practice in Southern Africa*, v. 50, n. 1, p. 36-52, 2011.
- BRÜNTRUP, M.; HEIDHUES, F. *Subsistence agriculture in development: its role in processes of structural change.* Institute of Agricultural Economics and Social Sciences in the Tropics and Subtropics. Forschung zur Entwicklungsökonomie und Politik – Research in Development Economics and Policy, Discussion Paper 1/2002.
- CERRUTI, R. The valorization of typical products: principles, objectives and problems. The role of the consumer. In: *Guide to the valorization of typical agri-food products. Concepts, methods and tools.* Agenzia Regionale per lo Sviluppo e l’Innovazione nel Settore Agricolo Forestale – ARSIA. Florence: ARSIA, 2010.
- DAVIES, A. R. Food futures: co-designing sustainable eating practices for 2050. *Eurochoices*, v. 12, n. 2, p. 4-11, 2013.
- DELOITTE. *Retail in Ukraine: industry overview.* Kiev: Invest Ukraine, 2012.
- DRIES, L.; REARDON, T.; SWINNEN, J. F. M. The Rapid Rise of Supermarkets in Central and Eastern Europe: Implications for the Agrifood Sector and Rural Development. *Development Policy Review*, v. 22, n. 5, p. 525-556, 2004.
- FAO – Food and Agriculture Organization. *Assessment of the Agriculture and Rural Development Sectors in the Eastern Partnership countries: Ukraine.* Budapest: FAO Regional Office for Europe and Central Asia (REU), 2012.
- FREIBAUER, A. et al. *Sustainable food consumption and production in a resource-constrained world.* European Commission – standing committee on agricultural research. The 3rd SCAR Foresight Exercise. Brussels: Comissão Europeia, 2011.
- GAGALYUK, T.; HANF, J. H. Impact of Retail Internationalization on Agribusiness: The Case of Ukraine. *Journal of East West business*, v. 15, n. 2, p. 96-118, 2009.
- GAGALYUK, T.; HANF, J. H.; HINGLEY, M. Firm and whole chain success: network management in the Ukrainian food industry. *Journal on chains and network science*, v. 13, n. 1, p. 47-70, 2013.
- GLOBAL FOOD SECURITY INDEX 2014 [Site]. Resource library. Disponível em: <<http://foodsecurityindex.eiu.com/Resources>>.
- GOODMAN, D. The quality ‘turn’ and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of rural studies*, v. 19, p. 1-7, 2003.
- GORTON, M. et al. The reconfiguration of post-Soviet food industries: Evidence from Ukraine and Moldova. *Agribusiness*, v. 19, n. 4, p. 409-424, 2003.
- HENDRICKSON, M. K.; HEFFERNAN, W. D. Opening spaces through relocalization: locating potential resistance in the weakness of global food system. *Sociologia ruralis*, v. 42, n. 4, p. 347-369, 2002.
- HORSKA, E.; URGEOVA, J.; PROKEINOVA, R. Consumers’ food choice and quality perception: Comparative analysis of selected Central European countries. *Agricultural economics – Czech*, v. 57, p. 493-499, 2011.
- KANEFAL, J.; MASCARENHAS, M.; HATAMAKA, M. Governance in the global agro-food system: backlighting the role of transnational supermarket chains. *Agriculture and human values*, v. 22, p. 291-302, 2005.

- KJELDEN, C.; DELEURAN, L. C.; NOE, E. The quality turn in the Danish food scape: new food chains emerging – new territorial impacts? *Acta Agriculturae Scandinavica*, section B — Soil & Plant Science, v. 63, sup 1, p. 19-28, 2013.
- KLUMBYTE, N. The Soviet sausage renaissance. *American anthropologist*, v. 112, n. 1, p. 22-37, 2010.
- KOSTOV, P.; LINGARD, J. Subsistence farming in transitional economies: lessons from Bulgaria. *Journal of rural studies*, v. 18, n. 1, p. 83-94, 2002.
- KOSTOV, P.; LINGARD, J. Subsistence agriculture in transition economies: its roles and determinants. *Journal of agricultural economics*, v. 55, n. 3, p. 565-579, 2004.
- LANG, T. Crisis? What Crisis? The Normality of the Current Food Crisis. *Journal of Agrarian Change*, v. 10, n. 1, p. 87-97, 2010.
- LEDENEVA, A. *Russia's economy of favours: blat, networking and informal exchange*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.
- LOVELL, S.; LEDENEVA, A.; ROGACHEVSKII, A. *Bribery and blat in Russia: negotiating reciprocity from the Middle Ages to the 1990s*. London: Macmillan, 2001.
- MATABADAL, A. *Country report Ukraine*. Utrecht: Rabobank, 2013.
- McMONAGLE, R. *Ukraine's Under-the-Table Local Food Movement*. Modern farmer [Online]. Disponível em: <<http://modernfarmer.com/2014/06/ukraines-record-local-foods-movement/>>. 2014.
- MINCYTE, D. How milk does the world good: vernacular sustainability and alternative food systems in post-socialist Europe. *Agriculture and human values*, v. 29, n. 1, p. 41-52, 2012.
- OGORODNYK, A.; SUHOMLIN, I. (2013) *All restaurateurs are concerned what people think of their couches, and not about their food ... but this will pass*. Bit.UA [Online]. Disponível em: <<http://bit.ua/2013/06/avrora-ohorodnyk-y-yhor-suhomlyn-interview/>>. 2013.
- REARDON, T.; TIMMER, C. P. The economics of the food system revolution. *Annual review of resource economics*, v. 4, n. 1, p. 225-264, 2012.
- RENTING, H.; MARSDEN T. K.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and planning A*, v. 35, n. 3, p. 393- 411, 2003.
- ROUND, J.; WILLIAMS, C.; RODGERS, P. The role of domestic food production in everyday life in post-Soviet Ukraine. *Annals of the Association of American Geographers*, v. 100, n. 5, p. 1197-1211, 2010.
- SCHNEIDER, M.; RICHTER, T.; SPAHN, C.; PORTMANN, K. *Overview of international organic market development and potential export markets for organic products of Ukraine*. FiBL final report: Ukraine organic market research. Frick: Research Institute of Organic Agriculture FiBL, 2005.
- SHEVCHENKO, O. (2002) 'In case of fire emergency'. *Consumption, security and the meaning of durables in transforming society*. Journal of Consumer Culture. Vol., 2, issue 2, p. 147-170.
- SMITH, J.; JEHLICKA, P. Stories around food, politics and change in Poland and the Czech Republic. *Transactions of the Institute of British Geographers*, v. 32, n. 3, p. 395-410, 2007.
- SMITH, J.; JEHLICKA, P. Quiet sustainability: fertile lessons from Europe's productive gardeners. *Journal of rural studies*, v. 32, p. 148-157, 2013.

TARASSEVYCH, O. *Ukraine exporter guide*. Ukraine's food market in transition. USDA foreign agricultural service - GAIN report. Kiev: USDA, 2008.

TARASSEVYCH, O. *Ukraine: retail foods annual report*. USDA foreign agricultural service GAIN report. Kiev: USDA, 2012.

Von BREMZEN, A. *Mastering the art of Soviet cooking*. A memoir of food and longing. New York: Crown Publishers, 2013.

Von BREMZEN, A. Mayo-drenched and heroic. A tribute to the home cooks of the Red Empire, who turned mass production, propaganda, and want into a cuisine. *Foreign policy* [Online]. 20 de fevereiro de 2014. Disponível em: <<http://foreignpolicy.com/2014/02/20/mayo-drenched-and-heroic/>>.

Marcos da segurança alimentar no Reino Unido e a integração dos sistemas alimentares locais¹

James Kirwan
Damian Maye

Introdução

Este capítulo analisa o enquadramento dos sistemas alimentares locais nos debates sobre segurança alimentar no Reino Unido, salientando sua ausência em boa parte das discussões, até o presente. Segurança alimentar – que ressurgiu no discurso internacional em resposta ao aumento de preços dos alimentos de 2007-2008 e às preocupações em torno das alterações climáticas globais e pressões sobre recursos fundamentais (Ambler-Edwards et al., 2009; MacMillan e Dowler, 2011) – está normalmente vinculada a soluções baseadas no mercado e a uma abordagem tecnológica a uma crise alimentar global (Beddington, 2010; Foresight, 2011; Horlings e Marsden, 2011). Essas interpretações limitadas sobre segurança alimentar e crise alimentar global têm implicações negativas para o papel e o desenvolvimento de sistemas alimentares

¹ Tradução de Regina Beatriz A Vargas e Revisão Técnica de Sergio Schneider.

locais. Interpretações mais holísticas, por sua vez, podem gerar oportunidades para uma contribuição mais ativa desses últimos. Os sistemas alimentares locais representam uma parte importante do movimento mais amplo de alimentação alternativa (ver Tregear, 2011; Watts et al., 2005). O conceito de “alimentação local” tornou-se quase que um mantra para aqueles decididos a desenvolver alternativas para a cadeia convencional de suprimento alimentar, e um grande número de pesquisas tem sido conduzido sobre o papel do abastecimento local de alimentos, na geografia rural e disciplinas cognatas (p.ex. Dowler et al., 2004; Holloway et al., 2007; Ilbery e Maye, 2006; Ricketts et al., 2006; Thatcher e Sharp, 2008; Weatherell et al., 2003). No entanto, no âmbito governamental, a relevância dos alimentos locais para a cadeia de abastecimento no Reino Unido foi aparentemente posta de lado por um novo imperativo, que envolve garantir segurança alimentar e resiliência através de mercados alimentares globais.

Apesar desta evidente marginalização, os ativistas do abastecimento local de alimentos afirmam que este ainda irá ocupar um papel relevante nos cenários emergentes da segurança alimentar, especialmente porque ajuda a preservar a capacidade de produção nacional e tem potencial para reduzir a pegada ecológica na produção de alimentos (Brown e Geldard, 2008). No entanto, tais asserções devem ser colocadas no contexto de um crescente *corpus* de literatura que critica o papel do abastecimento local de alimentos, destacando a ingenuidade de equipararem-se espacialidades a qualidade, sustentabilidade e, em última instância, segurança (e.g. Born e Purcell, 2006; Harris, 2009; Hinrichs, 2003; NEF, 2009; Weber e Matthews, 2008). É preciso reconhecer, também, que um aspecto fundamental da segurança alimentar é garantir a disponibilidade de uma *quantidade* suficiente de alimentos. Nesse aspecto, não se dispõem de dados específicos do setor sobre quanto o “abastecimento local” contribui para a provisão total de alimentos no Reino Unido, sobretudo porque é difícil delimitar em que consiste “o setor de alimentação local” (Morris e Buller, 2003). Tampouco existe uma definição única ou oficial para abastecimento local de alimentos, embora a definição mais aceita se refira a alimentos produzidos e comercializados na mesma área, geralmente pequena e aproximadamente em um raio de 50 km uma da outra (DEFRA, 2003; Pearson et al., 2011). Algumas entidades fornecem dados relativos a seu próprio segmento: por exemplo, a *Soil Association* (organização não governamental responsável pela maioria das certificações de produtos orgânicos no Reino Unido) publica anualmente um relatório do Mercado Orgânico (*Organic Market*), que contém percentuais de produtos orgânicos comercializados através de estabelecimentos como feiras de agricultores, mercearias e sistemas de entrega de cestas (Soil Association, 2011). A *National Farmers’ Retail & Markets Association* (FARMA)² tem contratado relatórios sobre as vendas efetuadas através de feiras de agricultores e mercearias e a página web da *Federation of City Farms & Community Gardens* possui detalhes a respeito do número de arrendamentos, granjas urbanas, pomares comunitários e projetos de agricultura comunitária no Reino Unido (FCFCG, 2011). Apesar

² Disponível em: <<http://www.farma.org.uk/>>.

de úteis, tais informações são insuficientes para gerar dados agregados que permitam quantificar a contribuição dos alimentos locais para a cadeia de abastecimento do Reino Unido. Talvez, a melhor estimativa seja aquela fornecida pela empresa de pesquisas de mercado, *Mintel*, que, em setembro de 2008, produziu um relatório sobre o tamanho do mercado local de alimentos no Reino Unido. O mercado foi avaliado em 4,6 bilhões de libras esterlinas em 2007³, com estimativa de crescimento para 6,2 bilhões de libras esterlinas até 2012 (Mintel, 2008). Na falta de dados mais precisos, tal relatório indica que, em um mercado total de £174 bilhões (DEFRA, 2011) em alimentos, bebidas e serviços de *catering* do Reino Unido, a parcela de provisão local de alimentos representa £6,2 bilhões (3,5%). Tais números proporcionam um ponto de partida para trabalhar, embora devam ser tratados com cautela.

A escala aparece com destaque tanto em discussões sobre os benefícios associados ao abastecimento local como nas críticas que têm surgido em relação a este, incluindo discussões sobre o tamanho e formato do setor. A segurança alimentar também é frequentemente diferenciada por escalas, variando de segurança alimentar de famílias e indivíduos até os níveis nacionais, regionais e global (Jarosz, 2011; Lee, 2007; McDonald, 2010; Pinstrup-Andersen, 2009). Alguns analistas veem segurança alimentar, especialmente em nível nacional, como um sinônimo de autossuficiência. De fato, a Organização Mundial de Comércio definiu segurança alimentar como “um conceito que desaconselha a abertura do mercado doméstico a produtos agrícolas estrangeiros, com base no princípio de que um país deve ser o mais autossuficiente possível em termos das necessidades alimentares de sua população” (citado em House of Commons, 2009, p. 6). Uma definição anterior proposta por Maxwell (1996, pg. 95) sugeriu que as reflexões sobre segurança alimentar passaram dos âmbitos global e nacional para o das famílias e indivíduos. Ainda assim, grande parte da ênfase atual em segurança alimentar contraria esta mudança e apresenta uma perspectiva global, conforme observado em comentários que explicam a origem e dinâmicas da crise alimentar mundial (Jarosz, 2009; Lawrence et al., 2010; McDonald, 2010; McMichael, 2009). Com base em documentos de política para a segurança alimentar do Banco Mundial e da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura, Jarosz (2001) e Nally (2011) afirmam que definições de segurança alimentar referidas a escalas têm sido utilizadas para apoiar a ideologia neoliberal. Esta, por sua vez, tem vinculado os indivíduos a formas de governança globais que enfatizam a instrumentalidade da produtividade agrícola em estratégias de desenvolvimento.

Portanto, a escala pode ser utilizada para justificar ações políticas e apoiar causas ideológicas por razões de “responsabilidade moral”. O presente capítulo oferece uma interpretação crítica da política de segurança alimentar, visando analisar estratégias voltadas a essa questão no Reino Unido e o lugar dos sistemas locais nas mesmas. Para tanto, operacionaliza a noção de segurança alimentar como um marco consensual, conforme proposta por Mooney e Hunt (2009), argumentando que a interdependência entre escala e delimitação no debate da segurança alimentar

³ Cerca de US\$ 9,3 bilhões pelo câmbio da época (N.T.)

justifica uma análise minuciosa. Essa inclui refletir sobre as implicações de ampliar a definição britânica de segurança alimentar para abarcar, mais do que a quantidade de alimentos disponível, as necessidades de comunidades, famílias e indivíduos relativas à promoção das capacidades em nível micro (Middlemiss e Parrish, 2010) e da inclusão social – algo que raramente foi considerado no passado (Dowler et al., 2001; MacMillan e Dowler, 2011). O restante do artigo está dividido da seguinte forma: a seção dois apresenta o processo de formulação de consenso e os marcos da ação coletiva, de modo a prover um arcabouço para avaliar de que forma respostas a uma questão como a da segurança alimentar podem levar a oposição e conflito entre diferentes pessoas e organizações. A seção três descreve o surgimento da pauta da segurança alimentar no Reino Unido, incluindo uma reflexão sobre a mudança na natureza da segurança alimentar ao longo do tempo, e sobre a resposta “oficial” do Reino Unido à atual crise alimentar global. Já a seção quatro analisa a história e o desenvolvimento dos sistemas alimentares locais no Reino Unido, incluindo críticas sobre sua eficácia e sustentabilidade enquanto meio de garantir segurança alimentar. Esta análise evidencia a ausência do abastecimento alimentar local nas respostas oficiais para a segurança alimentar no Reino Unido, nas quais a contribuição das iniciativas alimentares locais raramente é considerada. As duas últimas seções abordam como a provisão local pode ser reposicionada dentro da estratégia geral para segurança alimentar do Reino Unido no século 21.

Formação de consenso e marcos da ação coletiva

Quadros interpretativos (*frames*) são mecanismos utilizados para organizar a experiência e guiar as ações, sejam essas ações coletivas ou individuais (Benford e Snow, 2000; Mann, 2009). A noção de quadro interpretativo proporciona uma ferramenta conceitual que ajuda a estabelecer os limites dentro dos quais ocorrem interações (Callon, 1998, p. 249) e são adotadas estratégias de ação pertinentes. Hajer e Laws (2006), citados em Tomlinson (2013, p. 3), argumentam que os quadros interpretativos podem ser utilizados para “explicar como os formuladores de políticas estruturam a realidade para lidar com questões práticas”. Em um estudo recente, Mooney e Hunt (2009) postularam a segurança alimentar como um “complexo *master frame*”⁴, que compreende várias reivindicações de propriedade e múltiplos significados para diferentes pessoas e organizações. Esses autores empregam uma perspectiva de marco interpretativo e baseiam-se no trabalho de Gamson (1985) sobre movimentos sociais para conceituar segurança alimentar como um “marco consensual” – no qual há acordo geral em torno dos valores e objetivos implícitos no termo – mas que, no entanto, gera oposição em termos de qual a melhor forma de atingir ou colocar em prática as metas. Nesse aspecto, Mooney e Hunt (2009,

⁴ Não há uma tradução consolidada para o português do termo *master frame* no campo das ciências sociais. O termo tem sido traduzido como “quadro mestre” (por João Horta Nunes), como “quadro interpretativo amplo” (por Débora Alves Maciel), entre outras traduções. Seguindo Maria da Glória Gohn e Ângela Alonso, optou-se aqui por manter o termo original (N.T.).

p. 470) argumentam que há uma “disputa de propriedade por trás do aparente consenso em torno da segurança alimentar”.

Mooney e Hunt (2009) identificam três quadros interpretativos de ação coletiva, os quais, segundo eles, têm na segurança alimentar seu *master frame*. São eles:

- Segurança alimentar associada a fome e desnutrição;
- Segurança alimentar como um componente do desenvolvimento das comunidades como um todo; e
- Segurança alimentar como minimizadora de riscos na produção agrícola industrial em termos de “acidentes normais” e “acidentes intencionais” associados ao agroterrorismo.

O primeiro quadro interpretativo (fome e desnutrição) é o mais comumente associado com o termo segurança alimentar, caracterizado por três dimensões principais: disponibilidade, acessibilidade e adequação (*vide* também Ericksen, 2008). O quadro interpretativo da segurança alimentar comunitária – que ganhou impulso nos anos 1990 com o foco em sistemas locais ou regionais de abastecimento e imprimiu às preocupações ambientais a perspectiva da sustentabilidade – é o mais evidentemente aplicável aos debates sobre o lugar dos sistemas alimentares locais. O terceiro quadro interpretativo (segurança alimentar como risco) é impulsionado pelo desejo de gerenciar, controlar e minimizar os riscos na cadeia de suprimento alimentar.

Mooney e Hunt (2009) afirmam que a ação coletiva para lidar com cada um desses quadros também pode variar, sendo possíveis múltiplas interpretações. Essa variação normativa interna é identificada através do uso do conceito de “afinação” (*keying*) de Goffman (1974). Este conceito sugere que cada marco da segurança alimentar pode, por um lado, portar um “tom desafinado”, que geralmente reforça as interpretações e práticas dominantes vigentes e, por outro, portar um “tom afinado”, que apresenta interpretações e práticas críticas e alternativas. Assim, as claves em cada quadro implicam diferenciais de poder, seja com o endosso ou com a crítica das práticas institucionais dominantes. Por exemplo, o “tom desafinado” do quadro interpretativo associado à fome endossa as forças da globalização e predomina nas declarações de corporações transnacionais e instituições globais como o Banco Mundial. Já o “tom afinado” do quadro associado à fome desafia a premissa de que um mercado livre garantirá segurança alimentar e critica o modelo agrícola produtivista por ser insustentável. Quadros interpretativos que compartilham tons afinados (por ex. o quadro de segurança alimentar associado à fome e o associado ao desenvolvimento da comunidade) podem também atuar como “pontes” ligando distintos quadros interpretativos de ação coletiva.

Nesse sentido, o artigo de Mooney e Hunt é útil sob diversos aspectos. Ele ajuda a identificar as diferentes perspectivas, interpretações e interesses que podem ser mobilizadas em relação ao problema social consensual, neste caso, a segurança alimentar. O uso do conceito de afinação também realça a natureza polêmica e negociada de cada quadro interpretativo, indo além de simplesmente destacar uma pluralidade de

quadros estáticos, como Maxwell (1996, p. 156) descreveu em sua análise anterior. Este conceito situa o processo de enquadramento “dentro de um campo político multiorganizacional ordenado, embora contencioso, de poderes diferenciados exercidos por diversos atores internos e externos (Mooney e Hunt, 2009, p. 493). Isso permite estabelecer distinções entre respostas institucionais relativamente anódinas (por ex. perspectivas – desafinadas – de “livre comércio”) e pontos de vista mais críticos (por ex. perspectivas – afinadas – “contestatórias”). O resultado disso é que as fronteiras internas aos quadros interpretativos podem ser mais firmes do que as fronteiras entre quadros. Tais distinções estão refletidas em artigos que identificam variantes mais fortes e mais fracas de redes alimentares alternativas (Watts et al., 2005) e de multifuncionalidade (Hollander, 2004) como críticas ao neoliberalismo. No trabalho de Mooney e Hunt, tons afinados e tons desafinados significam *tendências*, e não essências, da mobilização política e social. Esta é uma distinção importante, dadas as qualidades transitórias de certos sistemas de produção e o modo como os agentes das cadeias alimentares estão reposicionando e remodelando suas alianças. Como Brunori e Guarino (2010) observaram no contexto europeu, os discursos sobre alimentação e agricultura estão mudando, em resposta à crise alimentar global. Eles argumentam que a crise alimentar, combinada às atuais crises ambiental, financeira e do petróleo “abalaram os mais consolidados paradigmas de políticas, dando impulso a melhores vínculos entre os movimentos agroalimentares e os movimentos ecológicos, que em geral operavam isoladamente (Brunori e Guarino, 2010, p. 54).

Os quadros interpretativos de ação coletiva em segurança alimentar deduzidos por Mooney e Hunt (2009) estão firmemente fundados na experiência dos Estados Unidos. Um dos objetivos centrais deste artigo é aplicar este conceito de “quadros interpretativos da ação coletiva em segurança alimentar” a um contexto geográfico diferente (o do Reino Unido), reconhecendo particularidades geográficas. A partir disso, analisar detalhadamente quadros de ação específicos, a fim de entender como estes são mantidos e contestados. Nesse caso, a ênfase está na relação entre as abordagens “oficiais” da segurança alimentar no Reino Unido e o papel dos sistemas alimentares locais nestes debates. O marco comunitário proposto por Mooney e Hunt (2009), representado pela oposição pró-globalização *versus* resistência à globalização e promoção da localização, é particularmente relevante. De modo similar, o marco associado ao risco está claramente relacionado aos apelos institucionais do Reino Unido por resiliência nos sistemas de provisão alimentar. As duas próximas seções do artigo analisam a resposta “oficial”/institucional do Reino Unido à questão da segurança alimentar ao longo do tempo, bem como a evolução dos sistemas alimentares locais e suas correspondentes respostas à segurança alimentar.

A resposta “oficial” do Reino Unido à segurança alimentar

Desde o início da Revolução Industrial, no início do século XVIII, o Reino Unido se tornou cada vez mais dependente do comércio internacional para assegurar ao país o suprimento de alimentos, embora com importantes hiatos durante a Primeira

e Segunda Guerras Mundiais. As mudanças na concepção da segurança alimentar no Reino Unido, a partir da Segunda Guerra Mundial, estão refletidas nas políticas governamentais, cujas principais diretrizes estão resumidas na Tabela 1 deste artigo. Em meados dos anos 1970, preocupações com o rápido crescimento dos custos de energia e das importações levaram o governo a ver a expansão da produção local de alimentos como um fator de interesse nacional, conforme destacado no relatório oficial “*Food From Our Own Resources – MAFF (1975)*” (citado em Barling, 2010, p. 66), com consequente aumento da autossuficiência. A partir dos anos 1980, ocorreu uma

TABELA 1
Principais diretrizes da segurança alimentar no Reino Unido

Data	Documento/relatório	Tema Principal
1975	Relatório oficial do Governo do Reino Unido: <i>Food From Our Own Resources (Alimentação a partir de nossos próprios recursos)</i>	Expansão da produção local de alimentos
2002	Defra: <i>Sustainable Farming and Food Strategy (Estratégia de agricultura e alimentação sustentáveis)</i>	Melhorar as relações de comércio internacional, não autossuficiência
2006	Defra: <i>Food Security and the UK: An Evidence and Analysis Paper (Segurança alimentar no Reino Unido: evidência e análise)</i>	Autossuficiência nacional não equivale a segurança alimentar
2008	Gabinete do Ministro: <i>Food Matters: Towards a Strategy for the 21st Century (O Alimento Importa: rumo a uma estratégia para o século 21)</i>	Resiliência do suprimento de alimentos no Reino Unido e sua dependência dos mercados globais
2008	Defra: <i>Ensuring the UK's Food Security in a Changing World (Garantindo a segurança alimentar do Reino Unido em um mundo em transformação)</i>	Segurança alimentar do Reino Unido melhor servida por um mercado global efetivo
2009	Royal Society: <i>Reaping the Benefits (Colhendo os benefícios)</i>	Introduziu a noção de “intensificação sustentável”
2009	Relatório Chatham House: <i>Food Futures: Rethinking UK Strategy (O futuro da alimentação: repensando a estratégia do Reino Unido)</i>	Enfatizou a interdependência global de suprimento de alimentos no Reino Unido
2010	Defra: <i>Food 2030: How We Get There (Alimentação em 2030: Como chegar lá)</i>	Importância das cadeias globais de suprimento alimentar
2011	Relatório Foresight: <i>The Future of Food and Farming: Challenges and choices for global sustainability (O futuro dos alimentos e agricultura: desafios e escolhas para sustentabilidade global)</i>	Intensificação sustentável

Fonte: Adaptado de Barling et al. (2010, p. 65).

mudança desta orientação, com o crescimento da liberalização do comércio movido pelos acordos da Organização Mundial do Comércio, os quais, cada vez mais, transferiam a alimentação para a arena do comércio internacional (Barling et al., 2010). O relatório do Defra (2006) *Food Security and the UK: an Evidence and Analysis Paper*, ao mesmo tempo em que reconhecia potenciais problemas no suprimento de alimentos no Reino Unido, afirmava que autossuficiência nacional não corresponde a segurança alimentar. Conforme o documento, ela é, antes, uma questão de “identificar, avaliar e gerenciar [os] riscos associados ao suprimento de alimentos” (Defra, 2006, pag. 3). Riscos estes cuja mitigação se faz melhor se o Reino Unido suprir suas necessidades alimentares a partir de uma variedade de países através do mercado global, e especialmente do Mercado Único da União Europeia (UE). O documento reconhece o papel importante da produção agrícola nacional, mas observa que ela está exposta a riscos, quando menos, em termos de seus insumos (como fertilizantes, combustíveis e maquinário), muitos dos quais são importados.

Não há nada intrinsecamente novo na questão da segurança alimentar no contexto do Reino Unido, mas alguns fatos ocorridos nos últimos anos trazem, outra vez, relevância ao tema. Um ponto crucial para esse renovado interesse foi o salto nos preços dos alimentos em todo o mundo, em 2007 e 2008. Um aumento considerado extraordinário, pois incidiu sobre quase todos os tipos de produtos agroalimentares e de ração animal, ao invés de afetar apenas alguns (Evans, 2008 e House of Commons, 2009)⁵. Em âmbito global, essa escalada dos preços dos alimentos resultou em protestos violentos e manifestações em vários países em desenvolvimento. No Reino Unido, embora menos dramáticos, esses impactos serviram para destacar “nossa interdependência global e a importância política e social de alimentos com preços acessíveis”, conforme aponta o Relatório da Chatham House, *Food Futures: Rethinking UK Strategy* (Ambler-Edwards et al., 2009, p. 5). Serviram também para evidenciar que uma crise alimentar no Reino Unido não é impossível e que o país já não pode permitir-se subestimar o tema do abastecimento alimentar. Portanto, qualquer resposta do Reino Unido à questão de segurança alimentar no século 21 deve levar em consideração possíveis pressões sobre a oferta global de alimentos, decorrentes de alterações nos padrões alimentares e também das pressões demográficas. Há também uma consciência crescente dos riscos causados pelas mudanças climáticas e pela escassez de recursos naturais, tais como terra, água e combustíveis fósseis. Tendo em vista tais desafios, a produção de alimentos terá que ser alcançada de uma maneira mais eficaz e menos lesiva em matéria de recursos naturais. No relatório *Reaping the Benefits*, a Royal Society sugere que os métodos de cultivo agrícola terão que aumentar a produção e ao mesmo tempo “sustentar o meio ambiente, preservar os recursos naturais e apoiar a subsistência dos agricultores e das populações rurais no mundo inteiro (Royal Society, 2009, p. ix). A chave para se atingir tais desafios é a noção de “intensificação sustentável”, que Godfray et al. (2010, p. 2776) definem como “a obtenção de colheitas maiores, na mesma extensão em acres, sem impactar

⁵ Este salto constituiu um forte indicador de instabilidade na oferta global de alimentos. De forma significativa, em janeiro de 2011, os preços globais das *commodities* excederam o “pico” de 2008 (SDC, 2011).

severamente o ambiente”, afirmando que isso envolve um modo completamente novo de produzir alimentos.

Nesse contexto, definir o nível adequado de autossuficiência no Reino Unido é um critério importante no debate atual a respeito de segurança alimentar. Assim, qual resposta do governo britânico a esses novos desafios e como ele se propõe alcançar a segurança alimentar no país? Apesar das recentes inquietudes relacionadas a uma dependência possivelmente excessiva do Reino Unido na provisão internacional de suas necessidades alimentares, a orientação das políticas governamentais parece não ter mudado em nada. Em julho de 2008, o Gabinete do Primeiro Ministro publicou o documento *Food Matters: towards a Strategy for the 21st Century*, com o objetivo de examinar as principais tendências na produção e consumo de alimentos no Reino Unido, e analisar suas implicações para a economia, a sociedade e o meio ambiente, bem como avaliar a capacidade do marco de políticas vigente de garantir segurança alimentar. O estudo concluiu, em especial, que o maior desafio para a segurança alimentar do Reino Unido residia no mercado global, no qual incidem pressões tanto sobre a sustentabilidade da produção de alimentos como sobre a viabilidade dos preços. No entanto, autossuficiência não foi considerada como uma garantia de segurança alimentar; em vez disso, o Reino Unido precisaria concentrar-se na *resiliência*⁶ de suas cadeias de suprimento alimentar, sejam elas nacionais, da UE, ou globais, o que inclui apoiar o aprimoramento da produção agrícola no mundo em desenvolvimento. Conclusões similares foram descritas no documento para discussão produzido pelo Defra, *Ensuring the UK's Food Security in a Changing World* (Defra, 2008). O documento tinha por objetivo descrever as principais tendências na cadeia global de abastecimento de alimentos, definir os maiores desafios e analisar se a cadeia de suprimento alimentar do Reino Unido era suficientemente resiliente para resistir aos impactos de curto prazo, e suficientemente robusta para responder aos desafios de longo prazo. Uma vez mais, a conclusão foi de que as questões de segurança alimentar no Reino Unido estariam mais bem atendidas por um mercado global de alimentos operando eficientemente. Tal abordagem foi posteriormente reiterada pelo relatório Defra: *Food 2030: How We Get There* (Defra, 2010a).

Para melhor contextualizar a perspectiva do governo britânico sobre segurança alimentar, vale examinar as deliberações de uma Comissão sobre Meio Ambiente, Alimentação e Questões Rurais, de 2009, do Parlamento Britânico (House of Commons, 2009). Em seu relatório, a comissão descreveu três estratégias possíveis para o Reino Unido assegurar sua segurança alimentar. A primeira foi denominada de estratégia “avestruz” e implica o Reino Unido continuar a adquirir no mercado

⁶ A noção de “resiliência” é utilizada aqui em termos da capacidade das cadeias de suprimento alimentar de reagirem a uma possível situação de crise. Isso, evidentemente, é muito diverso do modo como os ecologistas, por exemplo, utilizariam o termo. Pode-se dizer que esta perspectiva endossa o marco dominante, desafinado, da segurança alimentar, baseado em um “instrumento neoliberal de segurança” (Nally, 2011, p. 44). Embora interessante, está fora do escopo deste artigo explorar mais a fundo essa potencial apropriação do termo.

mundial os alimentos que consome e fazer pouco ou nada para ampliar os níveis de produção nacional. O relatório conclui que esta seria uma estratégia sem visão de futuro e, além disso, “moralmente inaceitável”, pois o Reino Unido deveria dar um exemplo sobre a maneira mais adequada de ampliar a oferta global de alimentos. Nesse sentido, sugere que “uma agricultura nacional saudável é um componente essencial de um sistema alimentar seguro no Reino Unido (House of Commons, 2009, p. 56). Contudo, o relatório se opõe a uma “estratégia da autossuficiência” – a segunda identificada pela comissão – mesmo em itens alimentícios nativos, argumentando que a total autossuficiência aumentaria a vulnerabilidade e, ao invés de aumentar a segurança, tornaria o abastecimento de alimentos do país menos seguro. Argumenta, ainda, que tal estratégia defensiva de produção alimentar iria se chocar com os acordos da política de comércio internacional. Em sua avaliação das condições de segurança alimentar, o Defra elaborou uma tipologia de possíveis ameaças e desafios (ver Tabela 2), com o objetivo de erigir e assegurar a resiliência do sistema alimentar (Defra, 2010b). Evidentemente, tal tipologia descreve uma ampla gama de riscos, cada um deles demandando uma resposta específica. A estratégia do Defra beneficia-se mais de um conjunto variado de fontes de suprimento, de modo a pulverizar os riscos de interrupção e, assim, reduzir o impacto no caso de alguma delas apresentar problemas decorrentes da concretização das ameaças.

Portanto, a “estratégia de produção sustentável” – a terceira estratégia identificada pela Comissão – é aquela recomendada ao governo britânico. A comissão sugeriu ao Reino Unido ampliar sua produção de alimentos, especialmente a hortifrutícola, mas salientou ser crucial que tal produção seja conduzida de forma sustentável. Em outras palavras, isso sugere uma era daquilo que se poderia chamar de neoprodutivismo (Almås et al., 2009; Evans et al., 2002), na qual produzir mais alimentos no Reino Unido volta a ser prioridade. Tal abordagem funda-se na necessidade de investir em pesquisa agrícola e no desenvolvimento de novas técnicas, inclusive novas tecnologias genômicas (Beddington, 2010; Foresight, 2011). Não é de surpreender, portanto, o fato de a agroindústria do Reino Unido se ter engajado entusiasticamente nesse enfoque renovado na produção (ver, por ex., o ensaio *Feeding Britain* de Bridge e Johnson, 2009). Mesmo assim, o relatório enfatiza que isso não significa buscar a autossuficiência, e sim faz parte de uma estratégia mais ampla voltada a dissipar o risco de problemas de suprimentos com qualquer um dos sistemas de provisão alimentar.

Com base no caráter diverso e globalizado de sua atual cadeia de abastecimento alimentar, o Defra avalia que o Reino Unido possui hoje um alto grau de segurança alimentar. Um elemento que pesa nessa avaliação é o fato de aproximadamente 68% das importações provir de outros estados membros da UE, bloco comercial cuja taxa de autossuficiência em produtos agrícolas é hoje de 90% (Barling et al., 2008; Defra, 2010b). Em 2007, a autossuficiência britânica combinada à de seus cinco principais parceiros comerciais no setor de alimentos, todos membros da UE (Holanda, Espanha, França, Alemanha e Irlanda), respondia por cerca de 70% do seu abastecimento de alimentos. O sistema de comércio mundial juntamente com o Mercado Único da UE são, portanto, cruciais para a provisão alimentar do Reino Unido (Defra, 2006). Além do mais, é evidente que o governo está determinado a ampliar a liberalização

dos mercados mundiais, através da Rodada Doha de negociações comerciais, e a assegurar a reforma da Política Agrícola Comum da UE, para facilitar esse processo (Defra, 2008). Em vista disso, Barling et al. (2010, p. 75) afirmam que a “estratégia governamental para a produção alimentar no Reino Unido foi configurada por um amplo compromisso com a liberalização do comércio internacional”.

Apesar desse contundente foco no comércio internacional como forma de alcançar a segurança alimentar no Reino Unido, há também alguns sinais do papel que a alimentação local poderia desempenhar, mesmo com essas estratégias do sistema dominante. *Food 2030* (Defra, 2010a), por exemplo, diz que os consumidores precisam saber mais sobre os alimentos que consomem, inclusive sobre como são produzidos, e assumir o controle sobre seu poder de compra para influenciar o modo de produção dos alimentos. O relatório do Parlamento Britânico (House of Commons, 2009) também reconhece a motivação de determinados consumidores para adquirirem produtos que portam uma identidade local e cultivarem seu próprio alimento, vendo nessa tendência uma oportunidade para estreitar os vínculos das pessoas com a produção alimentar. Isso sinaliza “um importante papel a desempenhar no incentivo às mudanças de comportamento indispensáveis para um sistema sustentável de produção alimentar” (House of Commons, 2009, p. 58). Contudo, o relatório admite que, em termos de volume de produção, a contribuição total dos alimentos locais para a segurança alimentar será relativamente pequena.

A resposta oficial do Reino Unido para a segurança alimentar incorpora uma série de características “desafinadas” descritas por Mooney e Hunt (2009). A mais surpreendente característica da estratégia britânica, especialmente a partir da década de 1980, é o invariável argumento de que o efetivo funcionamento de um mercado global de alimentos em conjunto com o Mercado Comum Europeu é que possibilitará uma maior segurança alimentar. Igualmente notável é o fato de que o principal desafio à segurança alimentar é formulado na escala global (isto é, a fome mundial como um marco de ação). O marco do risco é também explícito, como parte de um mantra pró-livre mercado, o qual afirma melhores resultados para a resiliência da cadeia de suprimento e a mitigação do risco através da multiplicidade de fontes no suprimento das necessidades de alimentação, via mercado global. Embora se reconheça a necessidade de melhorar a resiliência das cadeias nacionais de abastecimento de alimentos, isso é visto, em parte, como uma “obrigação moral” de dar o exemplo de como assegurar o abastecimento global de alimentos e, assim, também apoiar o plano neoliberal que instiga o marco “oficial” da segurança alimentar britânica (cf. Jarosz, 2011). O apoio aos sistemas locais de provisão alimentar é, na verdade, retórico – visto principalmente como uma forma de facilitar a mudança no escopo do grande marco, ao invés de ser em si uma resposta ou parte significativa de uma estratégia de longo prazo. A próxima seção examina o desenvolvimento dos sistemas alimentares locais britânicos e seus respectivos marcos de segurança alimentar que dão maior ênfase à justiça social e às atividades comunitárias/ de nível microsocial do que às perspectivas globais e soluções fundadas no grande mercado.

O papel da localização dos alimentos

Um renovado interesse na provisão alimentar local emergiu no Reino Unido nas décadas de 1980 e 1990 e, desde então, o movimento que advoga por alimentos de origem local tem crescido consideravelmente. São várias as razões que atraem as pessoas para essa posição (NEF, 2009): preocupações relacionadas aos impactos ambientais da agricultura convencional; reação às sucessivas crises alimentares ocorridas desde os anos 1980; e a visão da alimentação local como resistência às crescentes concentração e globalização no setor agroalimentar. O desenvolvimento de um setor alimentar local no Reino Unido tem-se manifestado, por exemplo, no crescente interesse pelas feiras de agricultores, pelos sistemas de entrega de cestas, catálogos de alimentação local, pomares comunitários e agricultura comunitária, muitas vezes promovidas e coordenadas por grupos da *Local Food Links*⁷ (FCFCG, 2011; Sustain, 2011). Vários desses grupos foram criados na década de 1990, através do programa Futuros da Alimentação, da *Soil Association*, e operam em âmbito municipal, provincial ou regional. Mais recentemente, o movimento tem se evidenciado também no crescente apoio ao movimento *Transition Town* que tem entre seus principais objetivos o desenvolvimento de iniciativas locais na área da alimentação (Hopkins, 2008). Em alguns casos, essas iniciativas estão focadas em produzir mais alimentos, mas em outros a localização da alimentação se refere mais à reconexão entre os vários elementos que compõem a cadeia de suprimento de alimentos, de modo a melhorar o acesso e promover capacidades comunitárias (La Trobe, 2002; Pearson et al., 2011; Winter, 2003).

Essa abordagem caracteriza-se por uma série de iniciativas, todas financiadas pela Loteria Nacional do Reino Unido⁸. Em primeiro lugar, a *Food for Life Partnership*⁹, que consiste em uma rede de escolas e comunidades que se estende por toda a Inglaterra (atualmente, ao todo mais de 3.600) comprometidas com a mudança da cultura alimentar por meio da revinculação das crianças e jovens com os locais onde os alimentos que consomem são produzidos, e com incentivo às famílias para que cultivem e preparem seus alimentos. Em segundo lugar, a *Making Local Food Work*¹⁰, que também está determinada a ajudar as pessoas a apoderarem-se de sua alimentação e de saberem de onde provêm esses alimentos, através da orientação e apoio a empreendimentos comunitários no setor de alimentos, tais como feiras de agricultores, granjas comunitárias e cooperativas alimentares em toda a Inglaterra. Em terceiro lugar, o fundo *Local Food*¹¹, cujo principal objetivo é melhorar o acesso e os custos dos alimentos locais para as comunidades. Isso é feito através do apoio a uma ampla gama de projetos locais na área da alimentação, incluindo projetos de compartilhamento de

⁷ A Food Links UK foi fundada em 2002 como uma rede de organizações envolvidas no apoio ao setor alimentar local e dedicadas a promover sistema alimentares locais sustentáveis, mais saudáveis e mais equitativos (http://www.sustainweb.org/images/sustain/FLUK_summary_May06.pdf).

⁸ (<http://www.biglotteryfund.org.uk/>).

⁹ (<http://www.foodforlife.org.uk/>).

¹⁰ (<http://www.makinglocalfoodwork.co.uk/about/index.cfm>).

¹¹ (<http://www.localfoodgrants.org/>).

boas práticas, de educação sobre alimentação, e vários projetos que contribuem para iniciativas de cultivo comunitário de alimentos (incluindo granjas e hortas urbanas, e arrendamentos). A quantidade não é a principal meta dessas iniciativas. Trata-se, antes, de desenvolver capacidades comunitárias de modo a ter algum controle sobre sua própria saúde física e social através da alimentação.

As políticas de apoio à alimentação local no Reino Unido ganharam impulso após a divulgação do relatório *Farming and Food: a Sustainable Future* (Defra, 2002, p. 43), pela Comissão de Política sobre o Futuro da Agricultura e da Alimentação, o qual destacava que os produtores deveriam “ampliar o interesse do público por alimentos produzidos localmente, ou por alimentos com nítida proveniência regional”. Posteriormente, “alimentação local” como uma questão de política pública passou a ser entendida basicamente em termos de seu potencial para beneficiar a renda dos agricultores e o desenvolvimento rural.

No entanto, desde que a noção de “segurança alimentar” ganhou espaço na agenda política, os defensores do localismo e da alimentação local vêm postulando a necessidade de se reavaliar o papel da provisão local de alimentos, especialmente em termos de seu potencial para integrar os requisitos de sustentabilidade ambiental, nutrição e justiça social (Lang, 2010). A Comissão para o Desenvolvimento Sustentável¹² (*Sustainable Development Commission*), em seu informe final como agência governamental independente sobre questões alimentares, afirma ser necessário criar parcerias em iniciativas de alimentação local que envolvam os governos locais, as autoridades sanitárias, grupos comunitários e empresas locais, de modo a promover o alcance das metas de sustentabilidade local; afirma, ainda, ser preciso reconhecer que segurança alimentar significa coisas diferentes para diferentes pessoas e não deve ser vista como um termo que abarca tudo (SDC, 2011).

A *Soil Association* também enfatiza a necessidade de parcerias locais e recomenda que “as autoridades locais e regionais formulem estratégias para fortalecer a segurança alimentar de sua região e localidade, dando a esta questão o mesmo caráter de urgência da segurança econômica e energética, [e que] a realocação do suprimento alimentar precisa estar integrada às diretrizes de planejamento e a projetos/compromissos de políticas relacionadas à mudança climática” (Soil Association, 2009, p. 6). Rob Hopkins, idealizador do movimento *Transition Town*, pergunta, simplesmente: como podemos sair de onde estamos hoje, uma economia dependente do petróleo, com bem pouca segurança alimentar, para uma economia alimentar localizada, resiliente e independente? (Hopkins, 2007, p. 21). Esses posicionamentos caracterizam perspectivas mais holísticas e alternativas da importância da provisão alimentar local. Perspectivas bem distintas das já descritas interpretações do sistema dominante sobre a segurança alimentar do Reino Unido, as quais consideram essa última basicamente uma questão global, em que a melhor forma de alcançar a resiliência do sistema alimentar é através de intensificação sustentável, liberalização dos mercados e gestão de riscos.

¹² Até 31 de março de 2011, quando deixou de operar, a Comissão para o Desenvolvimento Sustentável foi a sentinela independente do governo para o desenvolvimento sustentável, contribuindo para assegurar que este tema estivesse no centro das políticas governamentais.

A localização do sistema alimentar tem sido amplamente apreendida como sendo tanto “benéfica” como “progressista” (Hinrichs, 2003, p. 33). Boa parte do discurso associado a ela trata de relações mais próximas entre produtores e consumidores de alimentos, bem como de um compromisso com as dimensões sociais, econômicas e ambientais da produção, distribuição e consumo sustentáveis de alimentos” (Jarosz, 2008, p. 232). Nesse contexto, o local é visto como um lócus de resistência ao global, uma escala em que os problemas associados a processos globalizados de produção e distribuição de alimentos “sem identidade local” (*placeless*) e de acesso aos mesmos podem ser enfrentados. A noção de “comunidade” está estreitamente vinculada e, muitas vezes, até mistura-se à noção de local, podendo equiparar-se às noções de segurança alimentar pelas quais os defensores de iniciativas comunitárias buscam desenvolver as capacidades locais (Middlemiss e Parrish, 2010) para produzir e distribuir alimentos àqueles que, de outro modo, estariam excluídos de sistemas de provisão alimentar mais distantes. Anderson e Cook, citados por Feagan (2007, p. 28), afirmam que “a produção de alimentos localizada pode atender muitas das diversas necessidades das comunidades de forma mais efetiva do que os sistemas alimentares globalizados, porque podem priorizar a comunidade e a integridade ambiental mais do que a lucratividade das empresas”. Com isso, melhora a capacidade de comunidades e indivíduos de acessarem alimentos com a adequada qualidade nutricional e, assim, sua segurança alimentar, mesmo que as quantidades totais de alimentos produzidos sejam relativamente pequenas.

As noções de fome e desnutrição (o primeiro marco de ação coletiva em segurança alimentar propostos por Mooney e Hunt (2009)) não são comumente associadas ao Reino Unido, com a resposta britânica “oficial” mais orientada ao âmbito global e especialmente às nações menos desenvolvidas. No entanto, se em termos de calorias a população do Reino Unido não enfrenta problemas de segurança alimentar, quando esta última é entendida como o acesso a uma dieta adequada em termos nutricionais, várias pesquisas têm apontado considerável insegurança, ou pobreza alimentar entre grupos socioeconômicos menos privilegiados (Dowler et al., 2001; Hitchman et al., 2002; Wrigley, 2002). A Pesquisa sobre Dieta e Nutrição de Baixa Renda conduzida em 2007 para a Agência de Padronização de Alimentos¹³, definiu insegurança alimentar como a “disponibilidade limitada ou incerta de alimentos com valor nutricional adequado e livres de contaminação, ou a capacidade incerta ou limitada de adquirir alimentos aceitáveis por meios socialmente aceitáveis (Nelson et al., 2007, p. 200). Essa pesquisa, que entrevistou 3.700 pessoas pertencentes ao estrato das 15% mais pobres do Reino Unido, com base na renda, apurou que 36% delas não logravam fazer refeições equilibradas e 29% disseram não ter tido acesso a alimentação adequada durante o ano anterior. Essas evidências sugerem que tal desigualdade no acesso a alimentação com adequado valor nutricional pode contribuir para a exclusão social. Diante disso, o foco do governo britânico na segurança alimentar nacional (que pode

¹³ A *Food Standards Agency* é um departamento independente do governo britânico, estabelecido por decreto parlamentar em 2000, para proteger a saúde pública e os interesses dos consumidores em relação a alimentos. (<http://www.food.gov.uk/aboutus/>).

ser interpretada como assegurar que, em média, a população tenha acesso a quantidade e qualidade adequadas de alimentos) pode estar excluindo todo um segmento da população.

Por outro lado, a localização da alimentação representa o tom afinado dos dois primeiros marcos da ação coletiva propostos por Mooney e Hunt (2009, p. 478) – fome e desnutrição – representado, nas palavras desses autores, como “um compromisso radical com o lugar e uma resoluta resistência à globalização”, juntamente com um foco no desenvolvimento dos sistemas locais e regionais de provisão alimentar. Um aspecto inerente a esse tom afinado é a promoção do acesso e a disponibilidade de alimentos no âmbito da comunidade, com objetivos que extrapolam a prevenção da fome, para incluir a melhoria das condições de saúde da comunidade. Há também uma ênfase no estabelecimento de sistemas de provisão alimentar ambientalmente sustentáveis para os quais a localização contribui (pelo menos em parte) para a redução das distâncias de transporte dos alimentos (redução das milhas alimentares). No entanto, é preciso evitar a “armadilha do abastecimento alimentar local” (Born e Purcell, 2006) e há, hoje, fortes críticas às premissas “simplistas” sobre os benefícios ambientais da produção local de alimentos, especialmente com relação às milhas alimentares (ver Coley et al., 2009; Edward-Jones et al., 2008; Weber e Matthews, 2008). Essas e outras críticas mostram-se um tanto ambíguas em relação aos benefícios e ao papel dos sistemas locais de abastecimento de alimentos. A seção 5 examina em mais detalhes essas questões, buscando conceber uma estratégia.

Sistemas alimentares locais e segurança alimentar: fronteiras e permeabilidade

Um dos temas desenvolvidos neste artigo é a necessidade de entender a especificidade geográfica nas interpretações da segurança alimentar. A segurança alimentar nacional, e particularmente do Reino Unido, constitui o foco de análise deste estudo. Em vista disso, surge a questão de se o marco analítico de Mooney e Hunt (2009), desenhado para o contexto estadunidense, seria aplicável à realidade geográfica do Reino Unido. Sua formulação é válida e agrega valor para nosso conhecimento sobre a segurança alimentar no Reino Unido? A análise apresentada aqui sugere que sim, embora reconheça a dependência dos discursos e experiências da segurança alimentar de seu contexto específico. Utilizando os termos de Mooney e Hunt (2009), pode-se conceituar a segurança alimentar no Reino Unido como sendo um “quadro interpretativo consensual”, no qual se verifica um acordo geral sobre os valores e objetivos expressos pelo termo, porém também disputas sobre a melhor forma de alcançá-los. Este artigo examina, particularmente, o lugar dos sistemas alimentares locais neste debate. Assim, antes de investigar mais a fundo sua contribuição para a segurança alimentar no Reino Unido, é importante contextualizar o debate no âmbito das críticas recentes sobre benefícios e o papel dos sistemas alimentares locais.

Inerentes aos discursos que envolvem sistemas alimentares locais estão noções de “lugar” que, de um lado, servem de base à alteridade dos sistemas alimentares lo-

calizados e, de outro, contribuem para a qualidade dos produtos envolvidos (Harris, 2010). Porém, de fato, por que seria a escala local necessariamente mais democrática ou sustentável do que qualquer outra escala de operação? Born e Purcell (2006, p. 195) expressam este questionamento em termos de uma “armadilha do local”, a qual implica uma tendência “a presumir algo inerente à escala local. Supõe-se que o local é desejável; que é *a priori* preferível em relação a escalas maiores”. O argumento desses autores não sugere algo negativo vinculado à escala local enquanto tal, mas sim que não existe nada inerentemente bom ou mau associado a qualquer escala e que focar excessivamente na escala local pode dificultar o avanço da pesquisa sobre sistemas alimentares. Além disso, afirmam que esse foco pode “confundir os fins com os meios”, tratando a localização como um fim em si mesmo, ao invés de ser um “meio para alcançar um objetivo”. Um localismo acrítico e irrefletido não reconhece as realidades políticas implicadas nesses sistemas, inclusive relações de poder (DuPuis e Goodman, 2005; Harris, 2010). Leituras críticas do local como uma escala particular de operação reconhecem que é problemático definir local e global em termos de um binário de opostos; nem o local, nem comunidades específicas estão isolados de processos mais amplos; ao contrário, são interdependentes de fatores ao longo de diversas escalas. Nesse sentido, “interconectividade global e algum grau de permeabilidade são e serão a norma” (Feagan, 2007, p. 38).

Assim, ao procurar definir o papel que os sistemas alimentares locais podem desempenhar na efetivação da segurança alimentar no Reino Unido, é fundamental assegurar que a estratégia empregada seja a mais eficaz para alcançar tal objetivo, independentemente da escala de operação. Clare Hinrichs (2003) faz uma distinção entre “localização defensiva” e aquilo que ela denomina “localização receptiva à diversidade”, afirmando que a localização defensiva está determinada a instituir espaços locais que estão, de algum modo, delimitados e protegidos dos sistemas agroalimentares nacional e global. O foco é colocado nos valores “tradicionais” como uma reação à globalização e o resultado pode ser uma política retrógrada e excludente. A “localização receptiva à diversidade”, por outro lado, é descrita pela autora como tendo fronteiras mais permeáveis, e não similares a barricadas. Nesse marco, os espaços locais estariam inseridos no escopo de redes mais amplas, sendo considerados “relacionais e abertos a mudanças” (Hinrichs, 2003, p. 37). Isso conduz a uma política reflexiva que avalia criticamente os papéis desempenhados pelos espaços locais em redes extralocais (Harris, 2010, p. 363). No contexto da segurança alimentar e dos sistemas de provisão, a localização defensiva pode ser associada à autossuficiência e a uma visão introspectiva do lugar, independentemente de outras praticabilidades e implicações desta abordagem. Por outro lado, a localização receptiva à diversidade pode ser equiparada à perspectiva da dimensão local da provisão alimentar como parte de um sistema global. Nesse sentido, a estratégia para alcançar um determinado fim (por exemplo, segurança alimentar no Reino Unido) pode reconhecer o potencial papel dos sistemas alimentares locais nesse processo, mas não irá concentrar-se na escala local simplesmente por ser local.

A atual estratégia do governo britânico para a segurança alimentar nacional é marcada por “um forte compromisso com o comércio internacional” (Barling

et al., 2010, p. 75). Isso pode estar diretamente relacionado à resposta “desafinada” do *establishment*, de *resiliência* dentre os sistemas de provisão alimentar do Reino Unido, especialmente a de manter uma variedade de fontes de provisão alimentar e de assegurar a estabilidade das relações de comércio internacional (em relação aos riscos destacados na Tabela 2, por exemplo). Isso remete ao terceiro marco proposto por Mooney e Hunt, baseado na noção de risco e de como a segurança alimentar é tratada essencialmente como uma questão de gestão do risco. No âmbito desse marco, a segurança alimentar não tem qualquer relação com autossuficiência e a contribuição dos sistemas de provisão local, em vista das pequenas quantidades envolvidas, é considerada insignificante, exceto, talvez, em termos da mudança de cultura por parte dos consumidores. De fato, na maior parte das diretrizes políticas do Reino Unido para a segurança alimentar, os sistemas alimentares locais sequer são mencionados.

Apesar disso, ao considerar o papel da alimentação local como parte de um movimento em direção a sistemas alimentares mais sustentáveis e a maior segurança alimentar no Reino Unido, é útil relembrar como a alimentação local foi utilizada no passado para responder a questões graves de segurança alimentar, em termos quantitativos. No âmbito global, o melhor exemplo é o da resposta de Cuba ao colapso da USSR, que foi celebrada, em 2006, com o filme *The Power of Community: how Cuba Survived Peak Oil* (O poder da comunidade: como Cuba sobreviveu à crise do petróleo). Sem a ajuda soviética, Cuba precisou encontrar outra forma de assegurar sua segurança alimentar. Fez isso, convertendo “o setor agrícola nacional de uma agricultura com alto consumo de insumos para uma de baixos níveis de insumos, com práticas agrícolas autossuficientes” (Wright, 2009, p. 5). Já no Reino Unido, a campanha do Ministério da Agricultura, *Dig for Victory* (Cave pela vitória) lançada no início da Segunda Guerra, em 1939, conclamava todos os homens e mulheres do Reino Unido a cultivarem uma horta. Nesse período, também as colinas foram cultivadas, os jardins transformados em hortas para a produção de legumes e parques municipais e beiras de estrada cultivados para produzir alimentos, em resposta às crises de abastecimento provocadas pelo bloqueio dos submarinos alemães (Lowe e Liddon, 2009).

Os exemplos acima são citados com frequência como fortes sinais do potencial da localização do suprimento de alimentos, diante de um hiato no sistema global de abastecimento. Ainda assim, essas abordagens correm o risco de cair na “armadilha do local”, pois apresentam uma visão limitada e não dão conta da complexidade das questões que ameaçam a segurança alimentar no Reino Unido na atualidade. A partir da revisão da literatura, fica evidente a existência de argumentos fortes no questionamento do valor da alimentação local simplesmente por ter sido produzida em escala local. Do mesmo modo, o Defra (2006) enfatiza que os sistemas alimentares locais não estão imunes ao risco e também são passíveis de crises, especialmente porque, em muitos casos, dependem de insumos (tais como derivados da soja, combustíveis e fertilizantes) que não estão disponíveis localmente. Além disso, uma parcela importante dos alimentos locais é hoje comercializada através de redes varejistas (que simbolizam a escala global de operação), em que pese o papel dos pontos de varejo locais, tais

como feiras de agricultores, mercearias e centros de alimentação. Essas tensões entre escalas refletem-se no trabalho de Ilbery e Maye (2006, p. 355), os quais afirmam ser difícil sustentar uma distinção binária entre local e global, sendo mais adequado se pensar em termos de “espaços híbridos de alimentação” ou, neste contexto, de permeabilidade entre marcos de ação.

Na verdade, seria tolice sugerir que a provisão alimentar local possa contribuir de forma significativa para a *produção* total em termos quantitativos, mas, por outro lado, muitos afirmam que a questão da segurança alimentar no Reino Unido envolve muito mais do que esse aspecto. Nesse sentido, os defensores dos sistemas locais de provisão alimentar são categóricos em afirmar que esses sistemas são de suma importância para a efetiva segurança alimentar e a resiliência da oferta de alimentos no Reino Unido. No entanto, para que essa importância seja reconhecida, a noção de segurança alimentar precisa enfatizar mais o nível micro e as necessidades de comunidades, famílias e indivíduos (ao invés de focar meramente o âmbito nacional), e identificar aqueles que podem estar enfrentando a pobreza alimentar (MacMillan e Dowler, 2011). Com isso, mais do que o simples acesso, disponibilidade e preço acessível, essa noção incluiria também a aceitabilidade social e cultural de certos tipos de alimentos, bem como a educação sobre o valor nutricional da comida, contribuindo, então, para a inclusão e justiça social (Dowler et al., 2001; SDC, 2011). Isso destaca a relevância do primeiro quadro interpretativo de ação proposto por Mooney e Hunt, associado à fome e à desnutrição, bem como do segundo quadro interpretativo, que trata da segurança alimentar ao nível da comunidade. A estratégia daqueles que advogam por sistemas locais de provisão alimentar sinaliza para a resposta “afinada” à produção e distribuição de alimentos, determinada a focar na escala local e nas necessidades de indivíduos, famílias e comunidades, as quais podem ser excluídas do foco predominante no nível nacional, hoje vigente.

Nesses termos, há uma fronteira explícita entre a resposta afinada daqueles interessados em desenvolver sistemas alimentares localizados, e a resposta desafinada do *establishment* de assegurar resiliência recorrendo ao mercado mundial. Contudo, para compreender de que forma os sistemas de provisão locais podem contribuir para a segurança alimentar do Reino Unido no século 21, o material revisado neste trabalho sugere ser necessário evitar estratégias de enquadramento da segurança alimentar em termos tão opostos e estanques. Esses quadros interpretativos estáticos não conseguem refletir as qualidades dinâmicas e transitórias de sistemas de produção específicos e levam os sistemas alimentares locais, enquanto política, a um beco sem saída, passível de ser posta de lado ou ignorada nos debates sobre segurança alimentar. Mesmo Mooney e Hunt (2009) reconhecem ser problemático o caráter dicotômico dos tons afinado e desafinado. Assim, sugerem que tal analogia seja tratada como sinalizadora de tendências, com os quadros interpretativos sendo vistos como de “afinação” e “desafinação”, de modo a preservar o caráter dinâmico da atividade de delimitação. Nesse sentido, a conceituação de delimitação proposta por Callon (1998, p.252) aproxima-se de Mooney e Hunt (2009), ao argumentar, contrapondo-se a Goffman (1974), que o transbordamento é a norma e que a delimitação (ou enquadramento), se ocorrer, é um resultado raro e caro:

...ao invés de considerar a delimitação como algo que acontece naturalmente, e o transbordamento como um tipo de acidente que precisa ser remediado, os transbordamentos são a regra e a delimitação é um resultado frágil, artificial, baseado em substancial investimento.

Esta interpretação não nega que ocorra a delimitação, nem sugere que ela não tenha valor, mas expõe a natureza parcial, negociada, dinâmica e fluida de qualquer processo de delimitação. Quadros interpretativos, como Mooney e Hunt (2009) explicitam, são construtos sociopolíticos, sempre contestados e sempre em estado de vir a ser. Essa perspectiva construtivista sugere que as estratégias para segurança alimentar, incluindo aquelas associadas aos sistemas alimentares locais, precisam ser compreendidas em sua natureza permeável e passível de transbordamentos e de vazamentos entre os quadros interpretativos de ação coletiva. Essa noção de incompletude e de fragilidade na formulação de respostas para uma questão específica é bastante apropriada para um exame dos debates sobre a contribuição que alimentos locais podem trazer para a segurança alimentar no Reino Unido, possibilitando uma visão mais baseada em processo, relacional e permeável para uma segurança alimentar sustentável. A adoção dessa perspectiva oferece um papel mais transformador e progressista para os sistemas alimentares locais, tanto hoje como no futuro. O “local”, neste marco relacional, está inserido em uma comunidade ampliada, nacional ou mundial, em que a alimentação local não é tanto uma resposta afinada isolada nos debates sobre segurança alimentar, mas sim um componente de um conjunto de sistemas de abastecimento alimentar, os quais operam em diversas escalas geográficas e, juntos, ajudam a garantir o suprimento alimentar em todos os níveis, do nacional ao individual. O ponto crítico reside em mudar a ênfase, das interpretações fixas de escala e de diferentes quadros interpretativos de ação para a concepção de políticas de segurança alimentar mais adequadas e sustentáveis.

Conclusões

Este artigo afirmou ser importante não focar excessivamente na escala envolvida para tornar mais seguros os sistemas alimentares, mas sim assegurar que a estratégia aplicada faça uso dos recursos disponíveis da forma mais sustentável possível. Para tanto, será preciso enquadrar a segurança alimentar em um quadro interpretativo mais holístico, inclusivo, dinâmico e receptivo à diversidade, o que implica reconhecer o papel dos sistemas alimentares locais na segurança alimentar, especialmente em relação a indivíduos e comunidades que possam estar hoje, em certa medida, socialmente excluídos ou enfrentando pobreza alimentar (ver Dowler et al., 2001; MacMillan e Dowler, 2011). Até o presente, este reposicionamento não se reflete no pensamento governamental. Alimentos locais, pelo menos no contexto britânico, não têm sido adequadamente representados seja nas políticas enunciadas ou no planejamento estratégico de longo prazo, estando restritos a iniciativas de financiamento de curto prazo. O principal desafio para se alcançar uma perspectiva mais holística está relacionado ao poder do “atual paradigma alimentar agroindustrial” (Horlings e Marsden,

2011, p. 442), e à predominância de marcos científicos e comerciais que consideram a segurança alimentar como uma questão global, cuja resiliência seria mais garantida por meio de intensificação sustentável, liberalização dos mercados e gestão dos riscos.

É importante reconhecer também que há interesses significativos em jogo nesta questão (tais como os das redes varejistas, das empresas de sementes e exportadores de *commodities*) que tendem a forçar para que se mantenham as limitadas interpretações vigentes e o “regime de verdade neoliberal” (Nally, 2011, p. 49), formulando soluções produtivistas, baseadas no mercado, como “precondições estruturais” para assegurar o abastecimento. É evidente que alguns ativistas da alimentação local irão questionar e se opor ativamente a esta resposta “desafinada”, de forma marcadamente desafiadora, como uma crítica às práticas institucionais dominantes. No entanto, como observam Mooney e Hunt (2009, p.493), o desejo de poder para introduzir mudanças também conduz a processos de alinhamento entre quadros interpretativos e tons. Nesse caso, isso pode levar o movimento por abastecimento alimentar local a atuar em conjunto e formar alianças (*shared keys*) com redes sociais que atuam para além do seu âmbito normal (por exemplo, vincular-se ao hoje florescente movimento agroecológico e com os defensores da soberania alimentar), demonstrando assim permeabilidade entre quadros interpretativos de ação coletiva “afinados”, bem como habilidade para formar parcerias que alinham sistemas de alimentação local com repostas institucionais “oficiais”. Desse modo, oposição e contestação desempenham um papel relevante no enfrentamento aos diferenciais de poder, tendo por aspecto principal quadros interpretativos de ação coletiva da segurança alimentar não como entidades estáticas, e sim como parte de um campo político móvel e multiorganizacional. Ao considerar a questão nesses termos, a interpretação “oficial” da segurança alimentar no Reino Unido poderia ser paulatinamente desafiada a ser mais inclusiva e contemplar os imperativos da justiça social. Na verdade, alguns setores do governo mostram sinais de reconhecimento da necessidade de pensar para além do paradigma atual. O relatório final do projeto Foresight¹⁴ (2011), *The Future of Food and Farming: challenges and choices for global sustainability*, por exemplo, considera a produção como algo que *contribui para* a segurança alimentar. O relatório enfatiza a necessidade de ampliar o acesso e a distribuição dos alimentos, e de melhorar as condições de subsistência no âmbito das cadeias de suprimento alimentar, tanto quanto a de aumentar a produção e a produtividade. Nos termos do relatório: “A solução não está *apenas* em produzir mais alimentos, ou modificar dietas, ou eliminar o desperdício. As potenciais ameaças são tão grandes, que não podem ser enfrentadas com mudanças fragmentárias em partes do sistema alimentar” (Foresight, 2011, p. 12; ênfase no original).

As futuras pesquisas precisam examinar o modo como a segurança alimentar está sendo mobilizada, e com que fins, no atual desenvolvimento do setor de alimentação local, incluindo sua interseção com outros movimentos sociais e organizações. Isso envolve produzir dados empíricos mais convincentes sobre a contribuição que os

¹⁴ O projeto Foresight responde diretamente ao Líder do Conselho Científico do Governo e ao Gabinete do Primeiro Ministro. É parte do Ministério da Ciência, Departamento de Negócios, Inovação e Habilidades. <http://www.bis.gov.uk/foresight>.

sistemas de abastecimento local podem trazer à segurança alimentar no Reino Unido, de modo a incentivar o paradigma dominante (ou quadro interpretativo desafinado) a conferir maior reconhecimento a esses sistemas. Embora exista um número significativo de iniciativas locais de abastecimento alimentar no Reino Unido, conforme se discutiu, não se dispõe no presente de conjuntos de dados abrangentes sobre a quantidade de alimentos produzida através dos sistemas locais, e tampouco de um correspondente panorama de sua contribuição para promover a inclusão social por meio da alimentação, ou para superar a pobreza alimentar (em que pesem as atuais avaliações de programas como *Local Food Fund*, *Making Local Food Work* e *Food for Life Partnership*¹⁵). A investigação precisa focar também em como os sistemas locais de provisão podem ser integrados com os sistemas nacional e internacional, ao invés tratá-los como sistemas opostos e mutuamente excludentes.

Agradecimentos

Somos gratos a Brian Ilbery e aos três avaliadores anônimos por seus comentários construtivos e enriquecedores à versão anterior deste artigo.

Referências

ALMÅS, R.; BJØRKHAUG, H.; RØNNINGEN, K. *The New Productivism: Agricultural Responses to Increasing Food and Energy Prices and Climate Change*. Grupo de Trabalhos 2.3, XXIII Congresso da Sociedade Europeia para Sociologia Rural: Re-inventar o Rural entre o Social e o Natural, Vaasa, Finlândia 17-21 agosto, 2009

AMBLER-EDWARDS, S.; BAILEY, K.; KIFF, A.; LANG, T.; LEE, R.; MARSDEN, T.; SIMONS, D.; TIBBS, H. *Food Futures: Rethinking UK Strategy*. The Royal Institute of International Affairs Chatham House (2009) [online] Disponível em: <<http://www.chatham-house.org.uk/publications/papers/view/-/id/695/>>.

ANDERSON, M. D.; COOK, J. Does food security require local food systems? In: HARRIS, J. M. (Ed.). *Rethinking Sustainability: Power, Knowledge and Institutions*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2000.

BARLING, D.; LANG, T.; SHARPE, R. The re-emergence of national food security on the United Kingdom's strategic policy agenda: sustainability challenges and the politics of food supply. In: LAWRENCE, G.; LYONS, K.; WALLINGTON, T. (Ed.). *Food Security, Nutrition and Sustainability*. London: Earthscan, 2010.

BARLING, D.; SHARPE, R.; LANG, T. *Rethinking Britain's Food Security*. Relatório elaborado para a Soil Association. Bristol, novembro, 2008.

BEDDINGTON, J. Food security: contributions from science to a new and greener revolution. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 365, p. 61-71, 2010.

¹⁵ (<http://www.localfoodgrants.org/>); (<http://www.makinglocalfoodwork.co.uk/about/index.cfm>); (<http://www.foodforlife.org.uk/>).

- BENFORD, R. D.; SNOW, D. A. Framing processes and social movements: an overview and assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, p. 611-639, 2000.
- BORN, B.; PURCELL, M. Avoiding the local trap: scale and food systems in planning research. *Journal of Planning Education and Research*, 26, p. 195-207, 2006.
- BRIDGE, J.; JOHNSON, N. (Ed.). *Feeding Britain*. London: The Smith Institute, 2009.
- BROWN, H.; GELDARD, J. *Supplying Local Food to Mainstream Customers*. Relatório preparado para a Westley Consulting Limited, 2008.
- BRUNORI, G.; GUARINO, A. Security for whom? Changing discourses on food in Europe in times of a global food crisis. In: LAWRENCE, G.; LYONS, K.; WALLINGTON, T. (Ed.). *Food Security, Nutrition and Sustainability*. London: Earthscan, 2010.
- CABINET OFFICE. *Food Matters: Towards a Strategy for the 21st Century*, the Strategy Unit. London: Cabinet Office, 2008.
- CALLON, M. An essay on framing and overflowing: economic externalities revisited by sociology. In: CALLON, M. (Ed.). *The Laws of the Markets*. Oxford: Blackwell Publishers, 1998.
- COLEY, D.; HOWARD, M.; WINTER, M. Local food, food miles and carbon emissions: a comparison of farm shop and mass distribution approaches. *Food Policy*, 34, p. 150-155, 2009.
- DEFRA (Department for Environment Food and Rural Affairs). *Farming and Food: a Sustainable Future*. Relatório da Comissão de Políticas sobre o Futuro da Agricultura e dos Alimentos, janeiro de 2002. [online] Disponível em: <<http://www.cabinet-office.gov.uk/farming>>.
- DEFRA (Department for Environment, Food and Rural Affairs). *Ensuring the UK's Food Security in a Changing World*. London: Defra, 2008.
- DEFRA (Department for Environment, Food and Rural Affairs). *Food Security and the UK: an Evidence and Analysis Paper*. London: Food Chain Analysis Group Defra, 2006.
- DEFRA (Department for Environment, Food and Rural Affairs). *Food 2030: How we get there*. London: Defra, 2010a.
- DEFRA (Department for Environment, Food and Rural Affairs). *Food Statistics Pocketbook 2010*. London: Defra, 2011.
- DEFRA (Department for Environment, Food and Rural Affairs). *Local Food: a Snapshot of the Sector*. Relatório do Grupo de Trabalho sobre Alimentos Locais. Março, 2003. [online] Disponível em: <http://www.eat-the-view.org.uk/news/news_article.asp?NewsRAID=220>.
- DEFRA (Department for Environment, Food and Rural Affairs). *UK Food Security Assessment: Detailed Analysis*. London: Defra, 2010b.
- DOWLER, E.; CARAHER, M.; MICHAELS, S.; DIAMOND, N.; DELOW, E.; COUZENS, C.; WOODLAND, A. *The Value and Potential of Local Food Initiatives in the West Midlands Region*. Relatório elaborado para Advantage West Midlands por University of Warwick, City University e F3 – the local food consultants. Maio, 2004.
- DOWLER, E.; TURNER, S.; DOBSON, B. *Poverty Bites: Food, Health and Poor Families*. London: CPAG, 2001.
- DuPUI, E. M.; GOODMAN, D. Should we go “home” to eat?: toward a reflexive politics of localism. *Journal of Rural Studies*, 21, p. 359-371, 2005.
- EDWARD-JONES, G.; CANALS, L.; HOUNSOME, N.; TRUNINGER, M.; KOERBER, G.; HOUNSOME, B.; CROSS, P.; YORK, E.; HOSPIDO, A.; PLASSMANN, K.; HARRIS,

- I.; EDWARDS, R.; DAY, G.; TOMOS, D.; COWELL, S.; JONES, D. Testing the assertion that 'local food is best': the challenges of an evidence-based approach. *Trends in Food Science & Technology*, 19, p. 265-274, 2008.
- ERICKSEN, P. J. Conceptualizing food systems for global environmental change research. *Global Environmental Change*, 18, p. 234-245, 2008.
- EVANS, A. *Rising Food Prices: Drivers and Implications for Development*. Relatório para The Royal Institute of International Affairs. London: Chatham House, 2008.
- EVANS, N.; MORRIS, C.; WINTER, M. Conceptualizing agriculture: a critique of post-productivism as the new orthodoxy. *Progress in Human Geography*, 26, p. 313-332, 2002.
- FCFCG (Federation of City Farms and Community Gardens). *Growing Trends: Emerging Trends in Local Food Growing*. (2011) [online] Disponível em: <<http://www.farmgarden.org.uk/growing-trends>>.
- FEAGAN, R. The place of food: mapping out the 'local' in local food systems. *Progress in Human Geography*, 31, p. 23-42, 2007.
- FORESIGHT. *The Future of Food and Farming: Challenges and Choices for Global Sustainability*. London: The Government Office for Science, 2011.
- GAMSON, W. A. Goffman's legacy to political sociology. *Theory and Society*, 14, p. 605-622, 1985.
- GODFRAY, H. C. J.; CRUTE, I. R.; HADDAD, L.; LAWRENCE, D.; MUIR, J. F.; NISBETT, N.; PRETTY, J.; ROBINSON, S.; TOULMIN, C.; WHITELEY, R. The future of the global food system. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 365, p. 2769-2777, 2010.
- GOFFMAN, E. *Frame Analysis: An Essay on the Organisation of Experience*. Cambridge: Harvard University Press, 1974.
- HAJER, M.; LAWS, D. Ordering through discourse in Moran. In: REIN, M.; GOODIN, R. (Ed.). *Public Policy*. Oxford: Oxford University Press, 2006.
- HARRIS, E. M. Eat local? Constructions of place in alternative food politics. *Geography Compass*, 4, p. 355-369, 2010.
- HARRIS, E. M. Neoliberal subjectivities or a politics of the possible? Reading for difference in alternative food networks. *Area*, 41, p. 55-63, 2009.
- HINRICHS, C. The practice and politics of food system localization. *Journal of Rural Studies*, 19, p. 33-45, 2003.
- HITCHMAN, C.; CHRISTIE, I.; HARRISON, M.; LANG, T. *Inconvenience Food: the Struggle to Eat Well on a Low Income*. London: Demos, 2002.
- HOLLANDER, G. M. Agricultural trade liberalization, multifunctionality, and sugar in the south Florida landscape. *Geoforum*, 35, p. 299-312, 2004.
- HOLLOWAY, L.; KNEAFSEY, M.; VENN, L.; COX, R.; DOWLER, E.; TUOMAINEN, H. Possible food economies: a methodological framework for exploring food production-consumption relationships. *Sociologia Ruralis*, 47, p. 1-19, 2007.
- HOPKINS, R. A vision for food and farming in 2030: the case for an energy descent plan for UK agriculture. In: HOPKINS, R.; HOLDEN, P. (Ed.). *One Planet Agriculture: the Case for Action*. Bristol: Soil Association, 2007, p. 18-23.
- HOPKINS, R. *The Transition Handbook: From Oil Dependency to Local Resilience*. Dartington: Green Books, 2008.

- HORLINGS, L.; MARSDEN, T. Towards the real green revolution? Exploring the conceptual dimensions of a new ecological modernisation of agriculture that could 'feed the world'. *Global Environmental Change*, 21, p. 441-452, 2011.
- HOUSE OF COMMONS. *Securing Food Supplies up to 2050: the Challenges Faced by the UK*. Fourth Report of Session 2009-10. Vol. 1. London: The Stationery Office Limited, 2009.
- ILBERY, B.; MAYE, D. Retailing local food in the Scottish-English borders: a supply chain perspective. *Geoforum*, 37, p. 352-367, 2006.
- JAROSZ, L. Defining World Hunger: scale and neoliberal ideology in international food security policy discourse. *Food, Culture and Society*, 14, p. 117-139, 2011.
- JAROSZ, L. Energy, climate change, meat, and markets: mapping the coordinates of the current world food crisis. *Geography Compass*, 3(6), p. 2065-2083, 2009.
- JAROSZ, L. The city in the country: growing alternative food networks in Metropolitan areas. *Journal of Rural Studies*, 24, p. 231-244, 2008.
- La TROBE, H. *Local Food: Future Directions*. Relatório elaborado para Friends of the Earth. London, novembro 2002.
- LANG, T. Conclusion – big choices about the food system. In: LAWRENCE, G.; LYONS, K.; WALLINGTON, T. (Ed.). *Food Security, Nutrition and Sustainability*. London: Earthscan, 2010.
- LAWRENCE, G.; LYONS, K.; WALLINGTON, T. *Food Security, Nutrition and Sustainability*. London: Earthscan, 2010.
- LEE, R. *Food Security and Food Sovereignty*. Centre for Rural Economy Discussion Paper Series No. 11. University of Newcastle, 2007.
- LOWE, P.; LIDDON, A. Milk and honey or weeds and birds: strategic land use in a changing climate. *Journal of the Royal Agricultural Society of England* (2009) [online] Disponível em: <<http://rase2.co.uk/what-we-do/publications/journal/2009/04-fgksalh234623mnkvhv.pdf>>.
- MacMILLAN, T.; DOWLER, E. Just and sustainable? Examining the rhetoric and potential realities of UK Food Security. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics Online*, 2011, p. 1-24.
- MAFF. White Paper on Food from Our Own Resources. HMSO, London: National Archives catalogue ref: cab/129/182/24, 1975.
- MANN, A. Communicating the right to food sovereignty: the voice of the Campesino in the Global Campaign for Agrarian Reform. *Prism*, v. 6, 2009, p. 2 [online] Disponível em: <http://praxis.massey.ac.nz/prism_on-line_journ.html>.
- MAXWELL, S. Food security: a post-modern perspective. *Food Policy*, 21, p. 155-170, 1996.
- McDONALD, B. L. *Food Security*. Cambridge: Polity Press, 2010.
- McMICHAEL, P. A food regime analysis of the 'world food crisis'. *Agriculture and Human Values*, 26, p. 281-295, 2009.
- MIDDLEMISS, L.; PARRISH, B. Building capacity for low-carbon communities: the role of grassroots initiatives. *Energy Policy*, 38, p. 7559-7566, 2010.
- MINTEL (Mintel Marketing Intelligence). *Locally Sourced Foods – UK – September 2008*. Market Size and Forecast. Relatório elaborado para Mintel International Group Ltd. London, set. 2008.
- MOONEY, P.; HUNT, S. Food security: the elaboration of contested claims to a consensus frame. *Rural Sociology*, 74, p. 469-497, 2009.

- MORRIS, C.; BULLER, H. The local food sector: a preliminary assessment of its form and impact in Gloucestershire. *British Food Journal*, 105, p. 559-566, 2003.
- NALLY, D. The biopolitics of food provisioning. *Transactions of the Institute of British Geography NS*, 36, p. 37-53, 2011.
- NEF (New Economics Foundation). *Re-framing the Great Food Debate: the Case for Sustainable Food*, 2009. [online] Disponível em: <http://b3cdn.net/nefoundation/ef725f29c6e1261571_k0m6ivq wz.pdf>.
- NELSON, M.; ERENS, B.; BATES, B.; CHURCH, S.; BOSHIER, T. *Low Income Diet and Nutrition Survey*. London: The Stationery Office, 2007.
- PEARSON, D.; HENRYKS, J.; TROTT, A.; JONES, P.; PARKER, G.; DUMARESQ, D.; DYBALL, R. Local food: understanding consumer motivations in innovative retail formats. *British Food Journal*, 113, p. 886-899, 2011.
- PINSTRUP-ANDERSEN, P. Food security: definition and measurement. *Food Security*, 1, p. 5-7, 2009.
- RICKETTS HEIN, J.; ILBERY, B.; KNEAFSEY, M. Distribution of local food activity in England and Wales: an index of food relocalization. *Regional Studies*, 40, p. 289-301, 2006.
- ROYAL SOCIETY. *Reaping the Benefits: Science and the Sustainable Intensification of Global Agriculture*. London: The Royal Society, 2009.
- SDC (Sustainable Development Commission). *Looking Back, Looking Forward: Sustainability and UK Food Policy 2000-2011*. London: Sustainable Development Commission, 2011.
- SOIL ASSOCIATION. *Food Futures: Strategies for Resilient Food and Farming*. Bristol: Soil Association, 2009.
- SOIL ASSOCIATION. *Organic Market Report 2011*. Bristol: Soil Association, 2011.
- SUSTAIN. *Local Food Links: the First 10 Years*. London: Sustain, 2011.
- THATCHER, J.; SHARP, L. Measuring the local economic impact of National Health Service procurement in the UK: an evaluation of the Cornwall Food Programme and LM3. *Local Environment*, 13, p. 253-270, 2008.
- TOMLINSON, I. Doubling food production to feed the 9 billion: a critical perspective on a key discourse of food security in the UK. *Journal of Rural Studies*, 29, p. 81-90, 2013.
- TREGEAR, A. Progressing knowledge in alternative and local food networks: critical reflections and a research agenda. *Journal of Rural Studies*, 27, p. 419-430, 2011.
- WATTS, D. C. H.; ILBERY, B.; MAYE, D. Making reconstructions in agro-food geography: alternative systems of food provision. *Progress in Human Geography*, 29, p. 22-40, 2005.
- WEATHERELL, C.; TREGEAR, A.; ALLINSON, J. In search of the concerned consumer: UK public perceptions of food, farming and buying local. *Journal of Rural Studies*, 19, p. 233-244, 2003.
- WEBER, C.; MATTHEWS, H. S. Food miles and the relative climate impacts of food choices in the United States. *Environmental Science & Technology*, 42, p. 3508-3513, 2008.
- WINTER, M. Geographies of food: agro-food geographies – making reconstructions. *Progress in Human Geography*, 27, p. 505-513, 2003.
- WRIGHT, J. *Sustainable Agriculture and Food Security in an Era of Oil Scarcity: Lessons from Cuba*. London: Earthscan, 2009.
- WRIGLEY, N. 'Food deserts' in British cities: policy context and research priorities. *Urban Studies*, 39, p. 2029-2040, 2002.

Cadeias curtas de abastecimento alimentar em São Petersburgo (Rússia): perspectivas de desenvolvimento¹

Olga Gromasheva
Gianluca Brunori

Em países desenvolvidos, o sistema alimentar convencional é visto com frequência como insustentável, prejudicial aos produtores locais, promotor de hábitos alimentares nocivos à saúde, adverso à ecologia e à biodiversidade, ao sabor e à qualidade dos alimentos etc. (Reardon; Timmer, 2012; Lang, 2010; Wiskerke, 2009; Sonnino, 2009). Havia um consenso entre acadêmicos de que os países em desenvolvimento não passariam pela mesma transformação (particularmente, de que as grandes redes varejistas não lograriam dominar o setor de varejo) por razões técnicas, organizacionais e culturais (em especial, a forte inserção das formas tradicionais de comércio, tais como mercados e pequenas mercearias nos países em desenvolvimento) (Reardon; Timmer, 2012).

Mas hoje é evidente que os países em desenvolvimento enfrentam os mesmos problemas dos países desenvolvidos, em razão das distorções causadas pelo sistema

¹ Tradução de Regina Beatriz A. Vargas e Revisão Técnica de Sergio Schneider e Marcio Gazolla.

alimentar, especialmente no que concerne à obesidade e outros problemas de saúde relacionados ao consumo excessivo de alimentos, e à desnutrição, que coexistem com a subalimentação (Lang, 2010). Segundo Reardon e Timmer, essa transformação do sistema alimentar está ocorrendo de forma mais acelerada nos países em desenvolvimento e nos pós-socialistas do que o foi nos países desenvolvidos; e com rapidez ainda maior no grupo de países em que essa tendência se estabeleceu por último (como a Rússia, onde tais processos se iniciaram nas décadas de 1990-2000) (Reardon; Timmer, 2012). Nos países pós-socialistas, essa transformação foi estimulada pela privatização e liberalização dos mercados, pela intervenção estatal e investimentos estrangeiros, e pelo rápido crescimento da renda dos consumidores (Reardon; Timmer, 2012).

Em resposta à crise do sistema alimentar, recentemente (res)surgiram formas alternativas de relações que se esforçam por reconectar produtores e consumidores (Wiskerke, 2009). Em geral, essas novas relações estão abrigadas em noções como “redes alimentares alternativas (RAAs)” ou “cadeias curtas de abastecimento alimentar (CCAAs)” e incluem, por exemplo, feiras de agricultores, grupos de compras coletivas, vendas diretas na unidade rural e via entregas de cestas, entre outras (Brunori et al., 2011; Kneafsey, 2008). Enquanto as cadeias alimentares convencionais voltam-se, principalmente, aos consumidores que buscam diversidade na escolha dos produtos, conveniência e preços baixos, as CCAAs em geral focam em qualidade dos alimentos, responsabilidade coletiva, sustentabilidade ecológica, justiça social etc.

O conceito de RAA/CCAA refere-se a relações produtor-consumidor que envolvem de 0 a 1 intermediário – ou seja, relações que assumem proximidade geográfica, social e econômica (Kebir; Torre, 2013). Embora esse fato também venha ocorrendo na Rússia, ainda não logrou atrair atenção no debate sociológico. Nesse país, as relações produtor-consumidor têm sido conceitualizadas principalmente no campo dos estudos de administração e marketing, sendo enquadradas, por exemplo, como “venda direta”, “demanda direta”, “canais de distribuição diretos/de nível zero”, “modelos não convencionais de venda de alimentos” (Kotliarov, 2012) e têm por foco abordagens financeiras, organizacionais, logísticas e outras.

Os acadêmicos da Europa ocidental enfatizam muito o potencial das CCAAs para promoverem inovações, práticas e valores de (co)produção e consumo sustentáveis, fortalecimento de agricultores e consumidores, maior coesão social e inversão de um modelo consumista para um de consumo cidadão (Brunori et al., 2012). As cadeias curtas de abastecimento alimentar instituídas na Rússia são muito heterogêneas. A maioria delas está focada em segurança alimentar (preços mais baixos para os consumidores e maior renda para os agricultores, resistência às cadeias varejistas dominantes e aos produtos importados, às vezes com uma agenda política), embora algumas delas, especialmente as mais novas, enfatizem a segurança dos alimentos (qualidade orgânica, valores ambientais). A maior parte dessas iniciativas visa criar alternativas às cadeias convencionais e corrigir as falhas do mercado de alimentos. Contudo, com a ampliação da consciência ambiental e da sociedade civil na Rússia, é provável que cresçam o número de participantes das CCAAs e as exigências por qualidade dos produtos, levando o conceito a incluir mais atributos do que tem hoje e a aproximar-se mais daquele prevalente na Europa ocidental.

Neste trabalho², analisam-se as tendências recentes relacionadas à produção, distribuição e consumo de alimentos na Rússia de maneira geral, e em São Petersburgo e na província de Leningrado³, em particular, com o intuito de identificar se as condições atuais são favoráveis ao desenvolvimento de cadeias curtas de abastecimento alimentar. Nessa perspectiva, os exemplos de cadeias curtas existentes em São Petersburgo serão trazidos para ilustrar o fenômeno. Os dados utilizados são oriundos tanto de fontes secundárias (informes estatísticos, publicações científicas e de notícias) como de fontes primárias (observações e entrevistas com especialistas e consumidores).

Rússia: produtos locais como moda e como politicamente corretos?

S. Barsukova (2011) descreveu em seu artigo a transformação ideológica da sociedade russa durante as últimas décadas – do socialismo, passando pelo liberalismo, até o conservadorismo – utilizando o mercado de alimentos como claro exemplo dessa metamorfose. Durante os últimos anos do socialismo, prateleiras vazias (déficit de produtos) e longas filas nos armazéns (quando alguns produtos se tornavam disponíveis por um tempo) eram as principais características do mercado. A ideologia soviética pregava a prevalência das conquistas morais sobre as materiais, e a “cortina de ferro” gentilmente protegia o povo russo de comparações do seu padrão de consumo com aquele dos consumidores em países capitalistas. Enquanto a elite soviética dispunha de canais especiais de provisão alimentar, para a maior parte da população, as *dacha*⁴ (cabana de verão com uma pequena área de terra para plantar frutas e vegetais) tornaram-se o principal instrumento de sobrevivência.

Depois do colapso do sistema soviético, alimentos importados tornaram-se padrão no mercado alimentício. A maior parte das unidades agrícolas coletivas soviéticas foi fechada, com a perspectiva de que agricultores individuais iriam substituí-las. Mas os agricultores não produziam o suficiente e não lograram resolver o problema

² A pesquisa foi implementada no âmbito do projeto PUREFOOD (Convênio n. 264719), financiado pelo Sétimo Programa Marco-PEOPLE da Comissão Europeia dentro de uma Rede de Formação Inicial Marie Curie. Este artigo não representa a opinião da Comissão Europeia.

³ Vale mencionar que São Petersburgo é a segunda maior cidade da Rússia, com um território de aproximadamente 1,4 mil km e uma população de 5,028 milhões de pessoas (100% urbana) (S. Petersburgo, 2013, p. 12-13). A produção local de alimentos chega a São Petersburgo vinda da província de Leningrado – uma divisão federal que circunda São Petersburgo. A província de Leningrado possui um território de 83,9 mil km e uma população total de 1,751 milhão de pessoas (Província de Leningrado, 2013, p. 13-14), da qual 34.6% é rural. Está situada na região noroeste da Rússia e possui fronteiras com Estônia e Finlândia. Apresenta situação geográfica vantajosa, mas as condições climáticas são adversas para o cultivo agrícola.

⁴ “Dacha” (de “davat” – “dar”, “terra dada pelo Duque”) – pedaço de terra, geralmente com extensão de 600 m², na qual habitantes das cidades podem cultivar frutas e hortaliças, às vezes com uma pequena cabana para habitar no verão. Durante épocas de crise alimentar antes da II Guerra Mundial e também nos anos 1990, o estado distribuiu essas parcelas de terra em grande escala, de modo a possibilitar à população dispor de alimentos. Conforme: <http://fom.ru/Rabota-i-dom/10018>. Consultado em 14 de janeiro, 2015.

da produção alimentar nacional, em geral insuficiente. Portanto, a mudança para produtos alimentares importados era, em parte, uma necessidade, mas também um sinal da admiração dos consumidores em relação a tudo o que vinha do exterior após a queda da “cortina de ferro”.

Ao longo da década que sucedeu a *perestroika*, o mercado russo foi invadido por produtos alimentares importados a preços competitivos que praticamente não deixavam oportunidades aos produtores russos (Voronina, 2009, p. 37-38). Mas, logo, essa avalanche de consumidores começou a esmorecer – não só porque muitos importadores forneciam alimentos importados de baixa qualidade, contando com consumidores onívoros, mas também porque a maior parte dos alimentos importados era artificial demais comparada aos alimentos que os russos tinham na memória dos tempos do regime soviético ou aos vegetais que eles próprios produziam em suas *dachas*. Pelo lado dos consumidores, foi um retorno nostálgico ao alimento local; no âmbito nacional, uma virada conservadora em direção ao protecionismo dos produtores russos e à propaganda patriótica (Barsukova, 2011).

A crise econômica de 1998 acelerou essas tendências. Entre os métodos protecionistas adotados pelo governo russo estavam, por exemplo, o embargo às exportações de grãos (outono de 2010), proibição das importações de frangos dos EUA devida ao uso de cloro (durante 9 meses em 2010) e redução das cotas de importação de carne (desde 2009) (Barsukova, 2011). O uso de referências do passado (soviéticas ou pré-soviéticas) ou de contraposições “doméstico – importado”, “nosso – não nosso” tornou-se uma estratégia de marketing muito popular⁵ (Barsukova, 2011; Caldwell, 2002).

Atualmente, o consumo de produtos locais virou moda e é uma tendência crescente, especialmente nas grandes cidades como Moscou e São Petersburgo. Os restaurantes anunciam sua parceria com produtores locais como uma vantagem competitiva⁶ e algumas celebridades tentam atrair a atenção para os alimentos locais. Em 2012, um restaurante da nova cozinha russa, “Kokoko”⁷, foi aberto em São Petersburgo pelo famoso cantor Sergey Shnurov, juntamente com uma cooperativa de agricultores “LavkaLavka St. Petersburg”⁸ (as refeições servidas no

⁵ Um dos exemplos é o anúncio do “Nikola” *kvas* (bebida não alcoólica tradicional, feita do pão de centeio fermentado): “Kvas não é Cola, beba Nikola!”.

⁶ Um exemplo é a cadeia de serviços de buffet “Frikadelki” (Almôndega) em S. Petersburgo, que mudou seu nome para “Market place” e agora exhibe um cartaz declarando o uso de determinados produtos da província de Leningrado na preparação de seus pratos. A rede possui 8 restaurantes do tipo *self-service* a preços moderados na cidade. Sua página na internet contém uma breve descrição sobre 13 agricultores (9 dos quais são da província de Leningrado) que fornecem carne, peixe, leite, aves e ovos, frutas e hortaliças, mel e ervas para os restaurantes. Ver <<http://market-place.me/>>. Consultado em 18 de janeiro, 2015.

⁷ <http://www.kokoko.spb.ru/en>; <http://spb.allcafe.ru/news/opennews/cococo>. Consultado em junho 24, 2014.

⁸ “LavkaLavka St. Petersburg” é uma empresa que vende produtos locais e cuja missão é apoiar agricultores, reconectar produtores e consumidores e promover práticas sustentáveis como agricultura orgânica, animais de granja, sazonalidade, transparência etc. Por exemplo, no portal da internet do projeto, cada agricultor tem uma página com sua biografia, experiência na agricultura e princípios que guiam sua prática, métodos de produção, localização da unidade agrícola etc. Atualmente a empresa atua com mais de 60 agricultores e produtores de alimentos, cerca de metade dos quais é de São

restaurante são preparadas com ingredientes sazonais; 80% dos ingredientes são de origem local⁹).

As autoridades federal e locais lançaram vários programas para o desenvolvimento de pequenas unidades agrícolas e hortas (Bulletin, 2013). Especialmente em 2014, foram concedidos subsídios para a implantação de vinte e seis unidades agrícolas e para o desenvolvimento de quinze unidades pecuárias familiares¹⁰. Além disso, as autoridades municipais tentam assegurar apoio aos produtores locais para a distribuição de sua produção. Por exemplo, estimulam as cadeias varejistas, usando seu poder para distribuir parcelas de terra a supermercados sob a condição de serem mais fieis aos produtores locais (Louhivuori, 2005). A proporção de produtos alimentares adquiridos localmente em algumas das maiores redes de São Petersburgo (por exemplo, Pyaterochka, O'Key) é superior a 50% (Louhivuori, 2005).

Considerando o crescente interesse por produtos locais manifestado por diferentes agentes do sistema alimentar, examinemos mais atentamente a oferta, a demanda e os atuais canais de distribuição desses produtos.

Produção Agrícola: existe um agricultor?

O atual mercado russo de alimentos está longe de ser autossuficiente. Segundo a FAOstat, no período 2007-2009, a produção nacional cobria apenas 30,2% do consumo doméstico de frutas, 77,3% do de hortaliças, 64-74% do de carne e queijo, e somente para o leite, ovos e batatas o índice de autossuficiência aproximava-se dos 100% (Wijnands et al., 2013). De acordo com a Rosstat, entre 2005 e 2013, a parcela de produtos importados no mercado varejista representou, em média, 33-36%; e, entre janeiro e março de 2014, alcançou 38%¹¹. Em 2010, o presidente da Rússia, Dmitry Medvedev, firmou a Doutrina de Segurança Alimentar da Federação Russa¹², a qual visava, particularmente, alcançar até 2020 o nível seguro de autoprodução, significando que a parcela nacionalmente produzida dos produtos alimentares consumidos no país não deveria ser inferior a 95% para os grãos, 80% para o açúcar, 80% para os óleos vegetais, 85% para a carne, 90% para o leite e produtos derivados, 80% para o peixe, 95% para batatas e 85% para o sal. Em 2013, esta meta estava ainda longe de ser alcançada, especialmente para alimentos estratégicos como carne bovina (a proporção de produtos importados

Petersburgo, da província de Leningrado, ou das províncias vizinhas de Karelia, Novgorod e Pskov. <<http://lavkalavka.com>>. Consultado em 5 de outubro, 2014. Infelizmente, a filial de São Petersburgo da LavkaLavka foi fechada recentemente, por período indeterminado. Apenas a matriz da organização segue operando em Moscou.

⁹ http://www.vedomosti.ru/lifestyle/news/12634991/kto_pridumyvaet_sovremennuyu_russkuyu_kuhnyu. Consultado em 24 de junho, 2014.

¹⁰ http://www.mcx.ru/documents/document/v7_show/30993.363.htm. Consultado em 8 de março, 2015.

¹¹ <http://www.fedstat.ru/indicator/data.do?id=37164>. Consultado em 8 de janeiro, 2015.

¹² <http://www.kremlin.ru/news/6752>. Consultado em 8 de janeiro, 2015.

registrava 58,9%), queijos (48%), leite em pó (60,4%), manteiga (35,8%)¹³ e sal (39,7%)¹⁴.

Ao longo das últimas décadas, a produção agrícola russa reduziu-se drasticamente – alguns indicadores caíram a menos da metade (gráfico 1), embora outros como os de grãos tenham flutuado. Nos últimos anos, observaram-se mudanças positivas tais como a estabilização da maior parte dos indicadores e, mesmo, o crescimento de alguns como, por exemplo, a produção de ovos na província de Leningrado (3.170,4 milhões de ovos em 2013, contra 2.119,7 milhões em 1990).

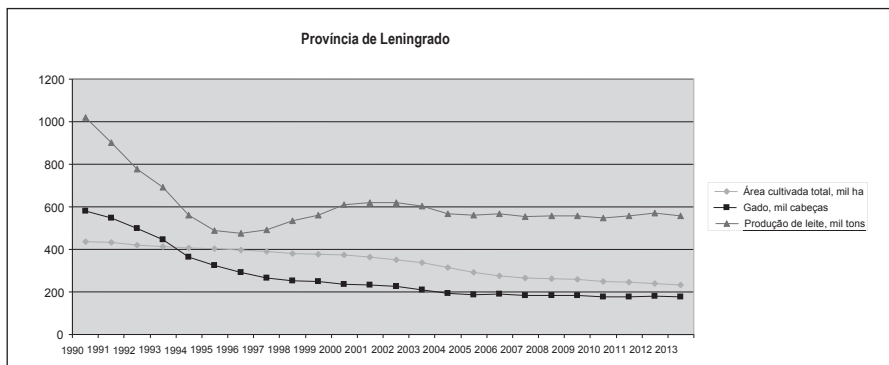
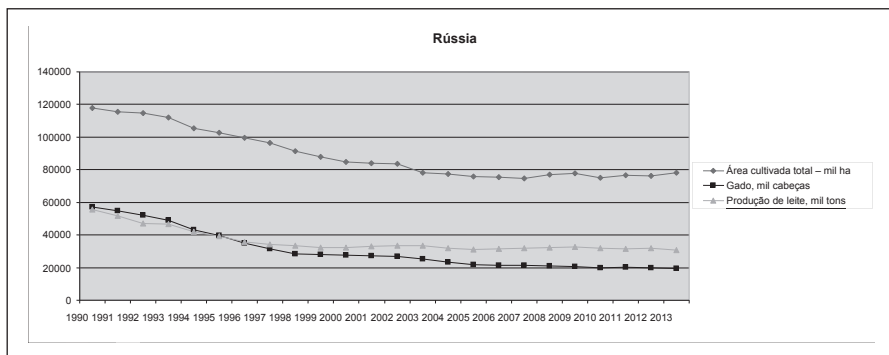


Gráfico 1. Dinâmicas da produção agrícola na Rússia e província de Leningrado - 1990-2013.

¹³ http://www.gks.ru/free_doc/doc_2013/bul_dr/tovar/tovar2013.rar. Consultado em 8 de janeiro, 2015.

¹⁴ http://www.gks.ru/free_doc/doc_2012/bul_dr/tovar/tovar2012.rar. Consultado em 8 de janeiro, 2015. Para o sal a percela de importação foi registrada para o ano 2012, não há dados disponíveis para os períodos posteriores.

É importante mencionar que, na Rússia, os dados estatísticos são registrados para três tipos de unidades envolvidas em atividades agrícolas, que são as empresas agrícolas,¹⁵ os produtores rurais individuais (agricultores comerciais) e as unidades de agricultura de subsistência.¹⁶ Em 2009, a proporção de uso da terra pelos agricultores comerciais russos era de aproximadamente 15% (Berkum; Dvortsin; Roza, 2010, p. 37). A participação desses produtores rurais na produção total era bem pequena – em 2013, registrava 0,7% da produção de ovos, 3,3% de gado e aves, 5,9% de leite, 14,3% de hortaliças e 24,6% de grãos (Rússia, 2014). No período 1995-2010, a produção dos agricultores comerciais estava crescendo para a maior parte dos indicadores, mas o crescimento se dava de modo significativamente mais rápido para a Rússia como um todo, em média, do que para a província de Leningrado¹⁷. Com relação à agricultura de subsistência, embora esta utilize apenas 5% das terras agrícolas (Berkum; Dvortsin; Roza, 2010), ela produz cerca da metade de toda a produção agrícola da Rússia (gráfico 2). No período de 1992-2013, a participação dos agricultores comerciais na produção agrícola total da Rússia ampliou-se de 1,1% para 9,8% e a da agricultura de subsistência de 31,8% para 42,6%.

As empresas agrícolas existem em menor número, mas são as que respondem pela maior parte do uso de terras agrícolas no país (78%, em 2009) (Berkum; Dvortsin; Roza, 2010), e sua participação na produção é de 47,6% (gráfico 2). Na província de Leningrado, as empresas agrícolas são os principais produtores (75,1%), a participação de agricultores comerciais (2,1%) e da agricultura para consumo (22,8%) na produção total é significativamente menor do que a média da Rússia (gráfico 2). O setor agrário na província de Leningrado é fortemente centralizado – as empresas agrícolas produzem 97,2% da carne, 92,4% do leite, 98,0% dos grãos e 99,1% dos ovos (Bulletin, 2013, p. 5). Em 2012, havia 796 produtores rurais individuais e 90.400 lotes de agricultura de subsistência na província de Leningrado, que produziam 65% das batatas e 44% das hortaliças da região (Bulletin, 2013).

¹⁵ A maior parte das propriedades rurais coletivas soviéticas converteram-se em organizações agrícolas.

¹⁶ A categoria empresas agrícolas inclui cooperativas de produção agrícola, sociedades por ações de capital aberto ou fechado, empresas estatais, sociedades por quotas de responsabilidade limitada, entre outras. A categoria de produtores rurais individuais inclui os agricultores que produzem com o objetivo de vender sua produção, mas são empreendedores individuais – podem ser grandes ou pequenos produtores, e tanto podem produzir contratando empregados, como apoiando-se exclusivamente no trabalho da família. A categoria das unidades de agricultura de subsistência consiste de pequenos lotes de terra cultivados ou usados para criação de animais para consumo próprio das famílias, que tanto podem ser urbanas, moradoras da cidade, como rurais.

¹⁷ http://www.gks.ru/bgd/regl/B11_14p/IssWWW.exe/Stg/d01/13-10.htm. Consultado em 16 de janeiro, 2015.

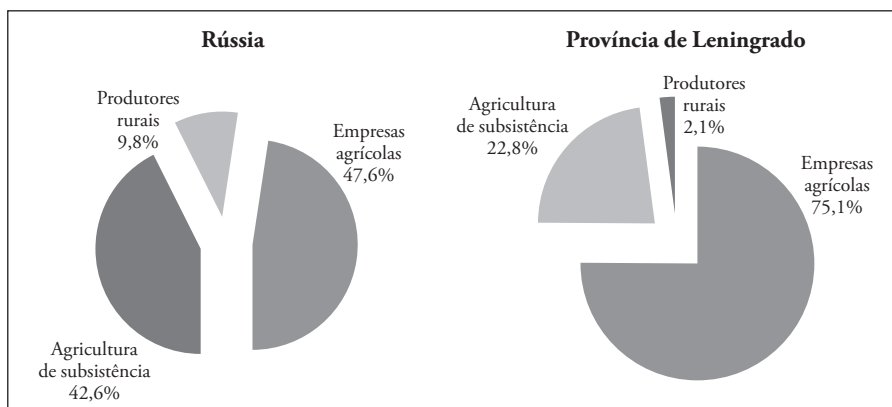


Gráfico 2. Estrutura da produção agrícola por tipo de organização (2013).¹⁸

Os dados revelam uma crise profunda e persistente do setor agrário russo e uma posição pouco expressiva ocupada por agricultores comerciais (especialmente na província de Leningrado). Mas há algumas tendências positivas. Alguns agricultores comerciais estão migrando para a agricultura orgânica – “Alekhovshina” (alehovshina.ru/en), por exemplo, foi a primeira propriedade rural da província de Leningrado a receber uma certificação orgânica europeia. Outra tendência é a emergência de uma nova geração de agricultores. Como afirmou Vasily Konashenok, gerente da LavkaLavka de São Petersburgo, em uma entrevista [1], os agricultores com quem a empresa trabalha podem ser agrupados em duas categorias. Os da velha geração (soviética), geralmente aqueles que possuem formação agrária ou experiência de trabalho rural e que estão mais focados no aumento da produção. Segundo Konashenok, esses agricultores da velha geração são praticamente forçados por contingências econômicas a produzir quase organicamente, mas, se dispusessem de mais dinheiro, usariam pesticidas, hormônios, antibióticos etc. Já os agricultores da nova geração são, em geral, cidadãos urbanos que se mudaram recentemente para o interior e mudaram da autoprodução para um empreendimento familiar. De acordo com Konashenok, eles são os que melhor respondem às demandas dos consumidores e estão mais abertos a inovações e a valores de sustentabilidade, ainda que, muitas vezes, não possuam formação agrária formal.

¹⁸ http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/sx/tab-sel2.htm. Consultado em 16 de janeiro, 2015.

Distribuição: agricultores em busca de canais alternativos

Com o aumento da renda dos consumidores russos, as vendas do varejo de alimentos crescem anualmente: durante o período 1999-2010, o crescimento alcançou aproximadamente 22,4% ao ano (Wijnands et al., 2013). Embora tenha havido uma queda devida à crise econômica entre 2008/2009, a partir de 2010-2011 as vendas voltaram a crescer (Rússia, 2012; Rússia, 2013; Rússia, 2014).

Os primeiros supermercados chegaram à Rússia no final da década de 1980. Em novembro de 2014, a participação das cadeias varejistas já havia alcançado 22,1% do faturamento do varejo na Rússia (em São Petersburgo, 50,01%)¹⁹. A participação das cadeias varejistas no faturamento total de alimentos, bebidas e tabaco era ainda maior e segue crescendo constantemente – 23,5% na Rússia e 74,9% em São Petersburgo em 2012²⁰. São Petersburgo ocupa uma posição de liderança entre outras regiões da Rússia neste indicador. Para alguns especialistas, isso se explica, porque: a região está próxima à fronteira europeia, a maior parte dos produtos importados chegam através das cadeias varejistas, e a maior parte dessas cadeias iniciou sua expansão na Rússia partindo de São Petersburgo²¹. A parcela das cinco maiores empresas alcançava 11% do faturamento do varejo de alimentos na Rússia, mas em São Petersburgo o percentual alcançava 57%, sendo comparável ao de países da Europa ocidental (Daugavet, 2011).

As formas tradicionais de comércio, como feiras, quiosques e outros ainda são importantes na Rússia, mas sua participação vem diminuindo aceleradamente como mostra a Tabela 1, suplantadas pelas formas modernas, tais como os empreendimentos comerciais (como diversos tipos de armazéns, hiper-, super- e mini-mercados). Após a promulgação da Lei Federal n. 271, de 2007 (“Dos mercados varejistas”), que exigiu que todos os mercados livres existentes nas cidades fossem transferidos para instalações fechadas permanentes, milhares de feiras foram encerradas.²² Em 2007, havia na Rússia 5,9 mil feiras livres,²³ mas em janeiro de 2014 apenas 1,6 mil delas ainda existiam.²⁴

¹⁹ <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/dbinet.cgi>. Consultado em 12 de janeiro, 2015.

²⁰ http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/torg/rozn/rozn26.htm. Consultado em 4 de janeiro, 2015.

²¹ http://www.gks.ru/publish/prezent/analiz/torg_seti.PDF. Consultado em 4 de abril, 2014.

²² http://www.gks.ru/bgd/regl/B12_04/IssWWW.exe/Stg/d05/2-torg-1.htm. Cons. em 18 de novembro, 2014.

²³ http://www.gks.ru/bgd/regl/B07_58/IssWWW.exe/Stg/d01/02-00-1.htm. Cons. em 18 de novembro, 2014.

²⁴ <http://cbsd.gks.ru/#>. Consultado em 4 de janeiro 2015.

TABELA 1
**Participação das organizações de comércio
e dos mercados e feiras livres no faturamento do varejo²⁵**

		Organizações comerciais²⁶	Mercados e feiras livres
Rússia	1995	73.4%	26.6%
	2014	91.4%	8.6%
S. Petersburgo	1995	63.9%	36.1%
	2014 ²⁷	99.0%	1.0%

O comércio via internet desenvolve-se lentamente na Rússia – embora sua participação no varejo fosse de apenas 1,4% em 2008,²⁸ o percentual de consumidores que nos últimos três anos adquiriram produtos, bens e serviços através da internet cresceu de 1% para 12% no período de 2000-2009.²⁹ Uma parcela de 30% dos rusos que realizam compras através da internet, o fazem diretamente dos produtores, evitando os intermediários, seja em razão da lealdade à marca, de maior variedade e ou de preços mais baixos³⁰. Em 2012, 53% da população russa utilizava a internet regularmente, 29% tinha experiência de compras *online* (principalmente roupas e sapatos, equipamentos eletrônicos, livros e CDs/DVDs), mas apenas 2% adquiriam alimentos por essa via³¹.

Consumo: patriotismo “natural”?

Ao longo dos últimos anos, a participação dos alimentos nos gastos totais dos consumidores russos vem diminuindo: de 47,6% em 2000, para 27,5% em 2013³² (tendência similar é observada para São Petersburgo), o que é uma evidência indireta do crescimento da renda.

²⁵ http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_14p/IssWWW.exe/Stg/d03/21-04.htm; <http://www.gks.ru/bgd/free/B14_00/IssWWW.exe/Stg//%3Cextid%3E/%3Cstoragepath%3E::%7Cdk12/3-1.doc>; <http://petrostat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/petrostat/resources/a82e57804698b0f19187b987789c42f5/D1114_0.pdf>. Consultado em 4 de janeiro, 2015.

²⁶ Inclusive micro-empresendedores/ trabalhadores por conta própria.

²⁷ Para São Petersburgo, nesse caso, os dados estão disponíveis apenas para janeiro-novembro 2014. Neste período, a estrutura foi a seguinte: a participação de mercados e feiras livres no faturamento do varejo foi de 1%, empresenedores autônomos - 4%, pequenos negócios - 17%, empresas médias - 2%, grandes empresas - 76%.

²⁸ <https://slon.ru/images/infographix/proekt.pdf>. Consultado em 4 de janeiro, 2015.

²⁹ <http://www.levada.ru/18-11-2009/izmenenie-urovnya-zhizni-i-pokupatelskogo-povedeniya-rossiyan>. Consultado em 12 de novembro, 2014.

³⁰ http://www.pwc.ru/en_RU/ru/retail-consumer/publications/assets/e-multichannel-retailing-report-rus.pdf. Consultado em 4 de fevereiro, 2015.

³¹ <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=113471>. Consultado em 4 de fevereiro, 2015.

³² http://www.gks.ru/bgd/regl/b14_11/IssWWW.exe/Stg/d01/07-13.htm. Consultado em 4 de fevereiro, 2015.

Com relação aos hábitos de compra dos consumidores russos, a pesquisa (Daugavet, 2011) revelou que conveniência, especialmente a localização do ponto de venda, é uma característica crucial para as decisões de compra. Segundo um levantamento conduzido em 2008, em São Petersburgo, 68% das compras de alimentos foi realizado próximo ao local de residência, 13% a caminho de casa, e apenas em 10% dos casos os consumidores buscaram intencionalmente um estabelecimento para adquirir alimentos, os demais adquiriram alimentos perto do local de trabalho. No entanto, os hábitos dos consumidores estão mudando para a prática de compras semanais, devido ao incremento de renda e ao crescente número de carros (Louhivuori, 2005).

Quando nos referimos a consumidores russos de alimentos, é importante mencionar que em muitas famílias há também produção de alimentos, especialmente entre os representantes das velhas gerações e através do uso das pequenas áreas nas *dacha*, que ainda desempenham um papel relevante nesse sentido. Em 2014, nas grandes cidades como São Petersburgo³³, 47% dos respondentes possuía uma *dacha* ou um lote de terras³⁴, e quase todos cultivavam ali hortaliças e frutas, embora apenas para consumo próprio (só 1% dos que participaram da pesquisa costumavam vender parte da produção). Para 1% dos habitantes da cidade, os produtos cultivados nas *dachas* constituíam a maior parte do consumo, para 17%, constituíam um acréscimo significativo aos alimentos adquiridos em armazéns e supermercados; para 22%, representavam uma parcela insignificante dos alimentos consumidos. A autoprovisão de alimentos, como o cultivo de alimentos nas *dachas*, tradicionalmente teve um papel importante nos países pós-socialistas – como uma prática usual (muito mais disseminada nesses do que em países da Europa ocidental), estratégia de sobrevivência quando ocorriam déficits de produtos, e parte da identidade russa (Barsukova, 2011; Caldwell, 2011). Alguns pesquisadores (por exemplo, Clarke et al., 2000) argumentam que o cultivo próprio de alimentos (embora amplie o volume de trabalho) não reduz as despesas dos consumidores urbanos pós-socialistas e não proporciona uma parcela significativa dos alimentos consumidos, podendo ser considerado hoje mais como uma atividade de lazer do que como estratégia de sobrevivência.

Alguns pesquisadores afirmam que os russos preferem adquirir alimentos locais que são percebidos por eles como menos artificiais e, portanto, mais saudáveis do que os produtos importados (por exemplo, Louhivuori, 2005). Como já mencionado, a proximidade da produção de alimentos (devida à participação na autoprovisão alimentar) e o declínio da “atração por produtos importados” podem explicar em parte por que os consumidores russos são mais favoráveis aos produtos alimentares locais. Segundo o levantamento, conduzido em 2014, 74% da população russa prefere comprar produtos alimentares da Rússia (em Moscou e São Petersburgo, o nível de patriotismo alimentar é um pouco menor – 59%)³⁵.

³³ Cidades com mais de um milhão de habitantes (excluindo Moscou).

³⁴ <http://fom.ru/posts/download/11636>. Consultado em 16 de fevereiro, 2015.

³⁵ <http://fom.ru/posts/download/11689>; <http://fom.ru/Ekonomika/11689>. Consultado em 15 de fevereiro, 2015.

No período 1999-2014, ocorreu na Rússia uma queda nas proporções tanto daqueles que preferem (sob condições idênticas de preço) alimentos locais (de 87% para 74%) como dos que optam por alimentos importados (de 4% para 2%), e um incremento daqueles para quem não importa a origem dos alimentos (de 6% para 20%). Em 2014, entre as principais razões para adquirir produtos alimentares russos, eram apontadas, especialmente: “esses produtos são de melhor qualidade, mais seguros e saudáveis, e contêm menos aditivos; temos mais confiança e informação sobre os produtores russos” (54%); “gostaríamos de apoiar os produtores locais” (10%); “esses produtos têm mais sabor” (6%); “esses produtos são mais frescos” (4%); “os produtos russos são mais baratos” (3%); “estamos habituados aos alimentos locais” (1%). De acordo com a pesquisa, em 2012, 78% dos russos pensava que o estado deveria apoiar os produtores russos³⁶.

Evidentemente, há uma demanda crescente por alimentos mais naturais na Rússia. Mas, se nos referirmos a produtos orgânicos certificados, a população russa não tem alternativa a não ser adquirir produtos estrangeiros. Os produtos orgânicos russos (muitas vezes com certificados europeus) começaram a aparecer no mercado, mas ainda são muito raros. As vendas de produtos orgânicos cresceram no país, de 11,7 para 147,7 milhões de dólares americanos no período de 2002-2012, observando-se um crescimento mais acelerado para os alimentos orgânicos destinados a crianças (USDA, 2013). Isso não surpreende, considerando-se que o cuidado com a saúde dos filhos está entre as prioridades mais elevadas das mães, em uma sociedade tão centrada na criança como é a sociedade russa (Gromasheva, 2009). Os produtos orgânicos respondem atualmente, no país, por 2% a 7% das vendas dos supermercados e custam de 20% a 400% mais do que seus similares convencionais (USDA, 2013). Essa tremenda diferença de preços, a escassa legislação sobre produção e certificação orgânicas, juntamente com a falta de conhecimento por parte dos consumidores sobre produtos orgânicos e sua desconfiança em relação a rótulos³⁷ são os principais obstáculos ao desenvolvimento de um mercado de produtos orgânicos na Rússia (USDA, 2013).

Há uma série de armazéns virtuais na internet, nos quais os consumidores podem encomendar alguns produtos orgânicos. Além disso, em 2013, o armazém da internet Supergreen.ru abriu sua primeira loja não virtual, no centro de São Petersburgo. Uma das maiores redes de farmácias “Pervaya pomosh” (Primeiros Socorros), lançou em 2011 o “Projeto Orgânico”³⁸ – hoje, em 21 farmácias de São Petersburgo, produtos alimentares orgânicos estão disponíveis aos consumidores. Segundo o levantamento COMCON (USDA, 2013), os consumidores típicos de produtos orgânicos são residentes de Moscou ou de São Petersburgo, na faixa etária de 25-45 anos, com formação universitária e renda média ou alta. Entre os fatores

³⁶ <http://fom.ru/Ekonomika/10485>. Consultado em 15 de fevereiro, 2015.

³⁷ O levantamento conduzido por AgriCapital revela que 45% dos produtores coloca rótulos de “Ecológico”, “Bio” e “Natural” em seus produtos sem qualquer certificação adequada (USDA, 2013).

³⁸ http://www.aptekapp.ru/organic_project; <http://www.aptekapp.ru/istoriya>. Cons. em 15 de fevereiro, 2015.

que influenciam a compra de produtos orgânicos estão: renda elevada, preocupação com a saúde e com a forma física, reduzido nível de serviços médicos gratuitos, publicidade negativa (sobre ingredientes OGMs, químicos etc. nos alimentos) e influência externa de moda de consumo de produtos orgânicos.

Cadeias curtas de abastecimento alimentar em S. Petersburgo: categorização e exemplos

A seguir, apresentam-se exemplos das cadeias curtas de abastecimento alimentar que mapeamos. Embora nem todas as iniciativas existentes em São Petersburgo estejam cobertas, este artigo busca fornecer um panorama das CCAAs na cidade. Vale mencionar que essas iniciativas são de difícil classificação, não só em razão da grande variedade de tipos, como também pela grande diversidade dentro de cada tipo. Decidiu-se agrupar os diversos tipos em três grandes categorias, utilizando-se como critério identificar de quem partiu a iniciativa de interação – do produtor, do consumidor, ou de ambos (Gráfico 3).

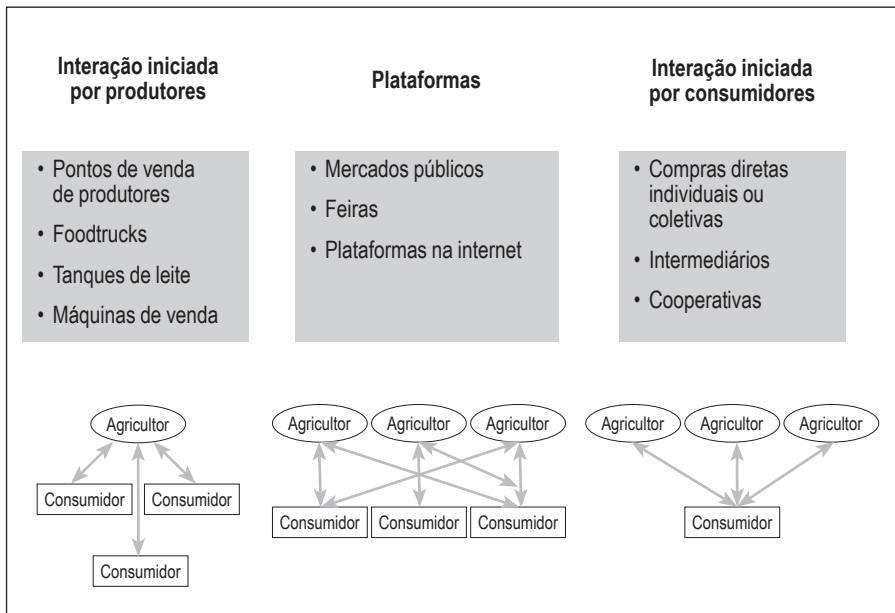


Gráfico 3. Mapa das iniciativas de CCAAs.

1) **INTERAÇÃO MOBILIZADA PELO PRODUTOR.** Neste grupo de iniciativas há uma cadeia de abastecimento criada pelo produtor, através da qual este vende regularmente sua produção. A cadeia oferece produtos de um produtor particular para múltiplos consumidores.

Uma modalidade dessas iniciativas é um ponto de venda de uma empresa produtora. A maioria das grandes empresas agrícolas dispõe de um ou de vários armazéns ou quiosques próprios permanentes. Algumas empresas utilizam esta estratégia para evitar grandes intermediários e protegerem-se dos riscos financeiros³⁹, enquanto para outras as vendas diretas são apenas um dos instrumentos de mercado⁴⁰.

Outro exemplo são os tanques de leite, abastecidos com leite *in natura* na unidade rural, anexados a um caminhão e transportados para a cidade onde o leite (às vezes, também coalho e manteiga) é vendido nas ruas. Há várias dessas iniciativas na cidade, uma delas (Foto 1) foi lançada em 2009 por dois empresários⁴¹. O leite é entregue em S. Petersburgo, a partir da empresa “Mozhajscoe”, uma sociedade anônima de capital fechado (a sucessora da antiga grande fazenda soviética), localizada a 42 km da cidade. O tanque desloca-se entre 12 pontos de venda, seis dias por semana (permanecendo por algumas horas em cada lugar, três vezes por semana) [2]. A vantagem dessas vendas é que os produtores podem contar com receita líquida, em caso de atraso nos pagamentos entre seus principais canais de distribuição – as fábricas de processamento de leite. Os tanques com leite ou *kvas* eram comuns durante o período soviético, o que acrescenta um forte motivo nostálgico, pelo menos para alguns consumidores (especialmente os mais velhos) para comprar leite desses tanques [3].



Foto1. Tanque de leite em S. Petersburgo, sociedade por ações “Mozhajscoe”.

Foto: Olga Gromasheva.

³⁹ <http://www.tv100.ru/news/V-sovhoze-Pobeda-Lomonosovskogo-rajona-umejut-vesti-dela/>. Consultado em 4 de novembro, 2014.

⁴⁰ <http://www.detskoselsky.ru/about/welcoming> . Consultado em 22 de dezembro, 2014.

⁴¹ http://www.dp.ru/a/2009/11/24/Kak_zarabotat_na_bochkah/. Consultado em 7 de dezembro, 2014.

Máquinas de venda, ao contrário, constituem um fenômeno muito recente. Há muitas máquinas que vendem alimentos processados e embalados, mas recentemente surgiram iniciativas de venda de leite por meio dessas máquinas. Uma delas foi lançada em 2009⁴² pela empresa “Kiselye berega”, sociedade por quotas de responsabilidade limitada, com apoio financeiro do governo de São Petersburgo; mas, em 2012, a empresa foi fechada⁴³. Em abril de 2013, o conglomerado de agronegócios “EkoRos” instalou 14 máquinas italianas de venda de leite (foto 2) na região sul da cidade. A página da internet da empresa declara que o leite não pasteurizado provém diretamente da unidade rural e é vendido 24 horas por dia, 7 dias por semana, por preço mais baixo⁴⁴. A empresa tinha planos ambiciosos de instalar 1000 máquinas, mas o futuro da iniciativa, hoje, é indefinido. O leite *in natura* das máquinas de venda foi acusado de ser a causa do envenenamento alimentar que afetou 23 pessoas e matou uma criança, em junho de 2013. Embora a justiça não tenha conseguido estabelecer uma conexão entre esse leite e os casos de infecção intestinal⁴⁵, o diretor da vigilância sanitária, Gennady Onishenko, declarou que a venda de leite *in natura* em máquinas de venda deveria ser proibida⁴⁶. Posteriormente, foi detectada a bactéria *escherichia coli* no leite da granja que fornecia a EkoRos para venda em suas máquinas de leite⁴⁷, razão pela qual a empresa mudou seu fornecedor de leite e passou a vender leite pasteurizado⁴⁸.



Foto 2. Máquina de vendas da empresa Ekoros.⁴⁹

⁴² http://www.dp.ru/a/2010/03/11/Avtomati_nachnut_prodat/. Consultado em 9 de julho, 2014.

⁴³ <http://www.fontanka.ru/2013/06/06/213/>. Consultado em 9 de julho, 2014.

⁴⁴ <http://www.ecoros.biz/milkautomat.html>. Consultado em 10 de janeiro, 2014.

⁴⁵ <http://www.fontanka.ru/2013/07/05/178/>. Consultado em 12 de novembro, 2014.

⁴⁶ <http://veq.ru/catalog/trade-law-news/doc/3983/>. Consultado em 19 de novembro, 2014.

⁴⁷ <http://procpb.ru/news/spb/7872-v-otobrannyh-probah-moloka-syrogo-v-oao-plemennoy-zavod-krasnogvardeyskiy-obnaruzhena-enterogemorragicheskaya-kishechnaya-palochka>. Cons. em 19 de novembro, 2014.

⁴⁸ <http://alex.webmart.agronews.by/news/trade/4355.html>. Consultado em 19 de novembro, 2014.

⁴⁹ <http://www.fontanka.ru/2013/06/06/213/>. Consultado em 9 de julho, 2014.

O programa de comércio em *vans* foi lançado pelo governo da cidade de São Petersburgo, em 2008, para apoiar produtores locais, encurtar a cadeia do produtor até o consumidor e reduzir os preços dos alimentos⁵⁰. Uma *van* de venda de alimentos (*food truck*) (foto 3) é um veículo que chega ao ponto de venda pela manhã, transforma-se em um quiosque com produtos para venda, e parte ao final da tarde. Em 2013, havia 290 locais para *vans* de 28 produtores, para comércio de produtos de padaria, carnes, leite e peixe, cuja localização era autorizada pela administração da cidade⁵¹. Em 2014, de acordo com o Decreto n. 450 de 4 de junho de 2014⁵², expedido pelo governo de São Petersburgo, *vans* e tanques de venda de produtos equiparam-se a quiosques, estandes e pavilhões comerciais. Isso tornou muito mais difícil para os produtores obterem permissão para comercializar (agora um número de registro deve ser atribuído a uma área e é preciso vencer uma licitação para arrendar a área). Alguns *foodtrucks* já foram removidos das ruas e seu futuro é incerto⁵³.



Foto 3. *Foodtrucks* próximos à estação de metrô Primorskaya em S. Petersburgo.
Foto: Olga Gromasheva.

Os produtores que participam das iniciativas com interação provocada pelo produtor (pontos de venda próprios, tanques itinerantes, *foodtrucks*, máquinas de venda) são principalmente as grandes empresas agrícolas e processadoras de alimentos. Uma das explicações para esse fato é que tais canais exigem grandes investimentos (para

⁵⁰ http://konkretno.ru/2008/07/07/v_gorod_priekhali_avtolavki.html. Consultado em 29 de novembro, 2014.

⁵¹ <http://gov.spb.ru/static/writable/ckeditor/uploads/2013/07/25/MTS-dejstvujuschie-na-25.05.2013.xls>. Consultado em 9 de setembro, 2014.

⁵² <http://osspb.ru/impnews/13965/>. Consultado em 23 de dezembro, 2014.

⁵³ <http://www.nashgorodspb.ru/node/1666>. Consultado em 23 de dezembro, 2014.

instalações e equipamentos) com que os pequenos agricultores não podem arcar. Os produtos alimentares vendidos no âmbito dessas iniciativas são produzidos de forma convencional. Embora a maioria dessas iniciativas de venda direta traga vantagens óbvias para os consumidores, como localização conveniente e preços ligeiramente menores em comparação aos supermercados, na percepção de nossos informantes, não haveria grande diferença entre esses e os canais convencionais em termos de preços ou qualidade dos produtos (com exceção do leite fresco *in natura* que normalmente não está disponível em redes de varejo) [3].

2) **A INTERAÇÃO MOBILIZADA PELO CONSUMIDOR.** Em iniciativas desse tipo, o envolvimento de consumidores é normalmente alto, porque a compra exige esforços extras (buscar na internet, pedir por telefone, fazer pedidos antecipados) em comparação com as práticas convencionais de compras. A aquisição pode ser feita pelo consumidor individualmente ou em conjunto com outros consumidores, diretamente do agricultor, ou por meio de um intermediário ou uma cooperativa; os produtos podem ser buscados na propriedade rural e no balcão de pedidos, ou entregues na residência, pedidos pessoalmente, ou através da internet.

Os consumidores podem estabelecer contato com os agricultores de diversas formas. Muitas vezes, entram em contato com os produtores rurais por meio de suas redes pessoais – parentes, amigos, colegas – ou através de uma visita à propriedade rural, por estar próxima de suas *dachas*. Os consumidores mais pró-ativos buscam intencionalmente um determinado atributo (orgânico) ou produtos raros, não disponíveis em armazéns convencionais (carne de coelho, leite de cabra etc.); com muita frequência, são pais e mães de crianças portadoras de alergias ou outros problemas de saúde. Muitas das iniciativas individuais mapeadas evoluíram para iniciativas coletivas, envolvendo cerca de uma dezena de consumidores, embora a maioria desses grupos tenha deixado de existir depois de alguns meses. Comparadas aos seus análogos europeus (como o GAS italiano, Brunori et al., 2012), as experiências de S. Petersburgo não exibem divisão de responsabilidades ou alternância de tarefas entre membros, têm apenas um coordenador que faz todo o trabalho, e esta dependência em uma única pessoa torna tais iniciativas extremamente frágeis. Assim, os organizadores desses grupos tenderiam a interromper a atividade com o tempo, ou a comercializar a iniciativa (abrir sua própria loja virtual na internet etc.) [3]. Entre outros obstáculos para essas iniciativas coletivas, destaca-se a falta de infraestrutura (instalações, etc.) e de informação, indisponibilidade dos consumidores de investirem trabalho voluntário e cooperarem uns com os outros, e falta de confiança.

Lojas na internet e outros intermediários estão hoje entre as mais populares e crescentes iniciativas. Em São Petersburgo, há atualmente pelo menos 15 empresas⁵⁴ que adquirem produtos dos agricultores e os vendem na internet, e seu número vem crescendo. Embora o preço dos produtos vendidos por esses intermediários seja mais alto em comparação a outras CCAAs, tais produtos mostram-se mais convenientes para os consumidores, porque estes podem adquirir todos os produtos que desejam

⁵⁴ <http://lenagro.org/katalog-internet-magazinov.html>. Consultado em 2 de agosto, 2014.

de um único fornecedor ao invés de providenciar entregas de diversos agricultores⁵⁵. Outra característica importante é que alguns desses intermediários também atuam como ‘agentes de conhecimento’ que traduzem os padrões e promovem valores de sustentabilidade (agricultura orgânica, bem-estar animal, preço justo etc.) com os quais muitos dos produtores e consumidores de S. Petersburgo não estão familiarizados. Um exemplo é a “LavkaLavka St. Petersburg”, a qual, além da loja virtual na internet de produtos locais, também coordena hortas urbanas, feiras de agricultores, cooperativas de agricultores, organiza aulas magnas, jantares e vários eventos (Gromasheva, 2013).

Outro exemplo de iniciativas coletivas é uma cooperativa de consumidores. Uma dessas experiências foi lançada em 2011 pela “Lenplodovosh”, a associação de empreendimentos agrícolas e empresas de serviços de S. Petersburgo e da província de Leningrado [4]. Os membros da cooperativa tinham de pagar uma taxa simbólica (cerca de 2 euros⁵⁶, como taxa de adesão sem retorno, além de manter um depósito mínimo de 2 euros em sua conta com a cooperativa para aquisição dos produtos). As hortaliças pré-encomendadas (batatas, cenouras e repolho) eram entregues uma vez por semana, de junho a dezembro, diretamente de uma grande organização agrícola a um bloco de apartamentos, e então distribuídas voluntariamente, pelos membros da cooperativa, nos edifícios. Isso possibilitou a 150 membros disporem de produtos a preços três vezes menores se comparados aos preços médios de mercado. Ainda assim, depois de um ano, o projeto foi encerrado em razão de ameaças dos estabelecimentos comerciais vizinhos, do descontentamento de outros moradores (não-membros), entre outros motivos.

As iniciativas mobilizadas por consumidores engajaram, principalmente, pequenos produtores, cuja produção caracteriza-se como quase orgânica e, muitas vezes, inovadora⁵⁷. Os consumidores foram atraídos para essas iniciativas devido à qualidade e singularidade dos produtos alimentares (ou sua não disponibilidade em outros locais). Os agricultores envolvidos nessas iniciativas cuja interação baseava-se em pedidos mostraram-se flexíveis e receptivos às demandas dos consumidores, de modo que as quantidades, condições de entrega e mesmo características específicas dos produtos eram, com frequência, negociadas e ajustadas às necessidades dos clientes.

3) AS PLATAFORMAS PARA RECONEXÃO. Neste tipo de iniciativas, um espaço em que múltiplos produtores podem encontrar vários consumidores é, muitas vezes, criado por uma terceira parte (autoridades municipais, intermediários etc.). A iniciativa de interação parte de ambos os lados – produtores e consumidores – cada qual precisa depender um esforço para acessar essa plataforma e encontrar o outro. Os exemplos mais frequentes e tradicionais de iniciativa de terceiros não envolvem a internet – são mercados (permanentes) e feiras (temporárias) de varejo de alimentos. Há também algumas iniciativas *online*, de plataformas na internet.

⁵⁵ <http://expert.ru/northwest/2012/12/za-bortom/>. Consultado em 4 de agosto, 2014.

⁵⁶ Os cálculos basearam-se nas taxas de câmbio oficiais do Banco Central da Rússia em 1 outubro 2014 (1 euro = 49,98 rublos). http://www.cbr.ru/currency_base/daily.aspx?date_req=01.10.2014. Consultado em 1º de outubro, 2014.

⁵⁷ A exceção foi a antes mencionada cooperativa (isso se pode explicar pelo fato de a cooperativa ter sido organizada pela Associação que reúne grandes organizações agrícolas).

Segundo dados do Comitê para o Desenvolvimento do Empreendedorismo e do Mercado Consumidor de S. Petersburgo, em 2014 havia 21 mercados públicos na cidade abertos diariamente⁵⁸. Como informou Vladimir Sergeev [5], coordenador do Comitê da Agroindústria Pesqueira da Administração da província de Leningrado, os mercados públicos não são homogêneos – há aqueles que oferecem produtos de qualidade a preços altos (por exemplo, o mercado Kuznechny) e outros (mercado Sennoy) onde os alimentos são acessíveis, mas muitas vezes de qualidade inferior. Ele argumenta que, em geral, os mercados públicos são ocupados por intermediários, porque os produtores normalmente não têm condições de fornecer uma ampla variedade de produtos, não podem arcar com os custos de manter vendedores diariamente no mercado, e podem ter dificuldades em negociar seus preços. Conforme afirmou um membro da administração do mercado Kuznechny, mesmo durante o verão, a estação mais movimentada do mercado, os agricultores ocupam menos de 30% dos lugares reservados a eles⁵⁹. Situação similar é encontrada em outros mercados urbanos de alimentos, mesmo no Centro de comércio dos agricultores, “Ozerki”, aberto em 2010 com o objetivo de apoiar agricultores locais⁶⁰.

Com relação às feiras, há três tipos principais. O primeiro é o das grandes feiras agrárias como a “AgroRus” (Rússia Agrária), que ocorre uma vez ao ano com duração de vários dias e inclui encontros de negócios, conferências e eventos culturais. Em 2014, a AgroRus recebeu 117 mil visitantes e exibiu cerca de mil empresas e produtores rurais de diferentes países e diferentes regiões da Rússia, incluindo 350 empresas de agronegócios da província de Leningrado⁶¹. A participação é paga tanto por agricultores como por consumidores.

O segundo tipo são as feiras dedicadas a um produto específico ou festividade (Festival de Cogumelos e Frutas vermelhas, Festival de Pão e Leite, Festival do Sorvete, e outras).

A terceira categoria é a dos mercados sazonais de agricultores (“feiras da colheita”) focados nos pequenos agricultores e horticultores, cuja participação é gratuita, assim como o acesso dos consumidores⁶². Por exemplo, treze dessas feiras estavam programadas para setembro-outubro de 2014⁶³.

Há, contudo, similaridades entre esses diferentes eventos. Em sua maioria, essas feiras são organizadas ou apoiadas pelas administrações municipais ou distritais. São voltadas à promoção de produtores locais, embora, na prática, os agricultores locais (e

⁵⁸ <http://gov.spb.ru/static/writable/ckeditor/uploads/2014/01/20/Roznich-rynki-inf-sajt-01.01.14.docx>. Consultado em 29 de dezembro, 2014.

⁵⁹ <http://www.vppress.ru/stories/Perekupshchiki-prikhodyat-priamo-na-pole-11352>. Consultado em 25 de outubro, 2014.

⁶⁰ <http://vsmarket.org/>. Consultado em 25 de outubro, 2014.

⁶¹ http://agrorus.lenexpo.ru/sites/default/files/3/33/106133/2014-09-01_post_release.pdf; <http://agrorus.lenexpo.ru/node/89798>; http://agrorus.lenexpo.ru/sites/default/files/0/10/102810/kratkie_yslovia_uchastia_yarmarka_agrorus_2014.doc. Consultado em 20 de outubro, 2014.

⁶² <http://www.the-village.ru/village/situation/situation/109167-v-krasnogvardeyskom-rayone-proydukt-fermerskie-yarmarki>. Consultado em 24 de outubro, 2014.

⁶³ <http://gov.spb.ru/static/writable/ckeditor/uploads/2013/09/27/jarmarki-na-sajt.docx>. Consultado em 20 de dezembro, 2014.

especialmente os pequenos) raramente são maioria nessas feiras. Entre as vantagens de tais eventos, estão a grande variedade de produtos (inclusive produtos raros e inovadores) e os programas de entretenimento (concursos de fotografia, jogos e concertos, degustação e aulas de culinária, conferências e consultas com especialistas). A principal desvantagem é que elas só acontecem durante um ou alguns dias por ano, o que significa que não podem ser consideradas fontes regulares de aquisição de alimentos para os consumidores ou de venda para os produtores, ainda que sejam importantes para estabelecer contato entre produtores e consumidores.

As plataformas de internet são outro exemplo desse terceiro tipo de iniciativas de reconexão e constituem um fenômeno bastante recente. A maioria dos *websites* voltados à agricultura dispõe de fóruns ou de quadros de anúncio, em que produtores e compradores postam seus anúncios, mas essa informação é dirigida principalmente a atacadistas e intermediários. Alguns *websites* oferecem mais possibilidades para consumidores individuais, inclusive a busca por regiões e tipos de produtos (por exemplo, <http://fermer.ru/gazeta>, com anúncios de mais de 30 agricultores e distribuidores em S. Petersburgo e na província de Leningrado).

Uma iniciativa direcionada prioritariamente para pequenos agricultores e consumidores individuais foi o projeto de internet otfermera.ru (“direto do agricultor”) que continha fórum, blog e cadastro de agricultores e consumidores de todas as regiões da Rússia (incluindo 28 agricultores e 142 consumidores de S. Petersburgo e da província de Leningrado). Nessa plataforma, um consumidor poderia, por exemplo, colocar um pedido de compras semanais de uma determinada quantidade de produtos específicos, e os agricultores responderiam publicamente com suas ofertas (preços, condições, etc.) O *website* dispunha de um design amigável e de opção conveniente para os consumidores criarem um grupo de compras coletivas (embora nenhuma atividade vigente tenha sido observada nessa seção). Infelizmente, em 2014, o site se tornou indisponível e as tentativas de contatar seu coordenador foram infrutíferas.

Em 2013, o Centro Unificado para o Desenvolvimento da Agricultura lançou uma página de internet da Rede Russa Unificada de Produtores e Compradores de Produtos Agrícolas (<http://rosagrotorg.ru>). A administração do site mantém contato com os departamentos locais de agricultura e assegura que todos os vendedores registrados na plataforma são de fato agricultores⁶⁴. Infelizmente, não há espaço para *feedback* ou discussão, a informação sobre os agricultores e sua produção é escassa (apenas a quantidade disponível, preço e dados de contato) e só havia 18 agricultores da província de Leningrado registrados no site (a maioria dos quais vende apenas na propriedade rural e não entrega na cidade).

Na maior parte dessas plataformas de internet, não há uma organização ou pessoa responsável pela qualidade ou controle de segurança. Enquanto os organizadores de lojas da internet, mercados de alimentos, feiras e mostras demandam dos produtores determinados certificados, os organizadores dessas plataformas, por sua

⁶⁴ <http://fedpress.ru/news/econom/reviews/1375963217-fermerov-ne-ustravayut-vkontakte-i-fesbuk-v-ekaterinburge-dlya-nikh-prezentovali-novuyu-sotsset>. Consultado em 10 de janeiro, 2015.

vez, geralmente declaram não assumir qualquer responsabilidade pela informação fornecida no site ou pelas interações de compra.

As iniciativas do tipo plataforma constituem o campo mais diversificado, pois há múltiplos atores de ambos os lados – grandes empresas agrícolas, pequenos e médios agricultores e intermediários de um lado, e consumidores de diferentes faixas de idade, renda etc. de outro. O preço e a qualidade dos produtos também variam de forma significativa. Para resumir, pode-se mencionar que, enquanto os mercados públicos são ocupados principalmente por intermediários e as feiras são eventos pouco frequentes, as plataformas de internet parecem estar entre as mais favoráveis para os pequenos agricultores e as mais econômicas para os consumidores. No entanto, atualmente elas não são tão populares quanto se poderia esperar. Isso pode estar relacionado à prevalente desconfiança e à pouca disposição dos consumidores em investir tempo e assumir riscos. Nessas circunstâncias, é possível que um número crescente de consumidores prefira negociar com armazéns virtuais que possam prover não só uma maior variedade de produtos, como também algumas garantias de controles de segurança e qualidade.

Obstáculos e perspectivas para o desenvolvimento das CCAAs

Para os agricultores comerciais e mesmo para grandes empresas agrícolas, com frequência, é pouco rentável ou impossível entrar nas grandes redes varejistas e nas indústrias processadoras de alimentos, especialmente, em razão de barreiras burocráticas e de preços. Segundo Andrei Kalinin [4], embora as empresas agrícolas participantes da “Lenplodovosh” desde 1993 tenham logrado ampliar 3,4 vezes a produção de hortaliças e dobrar a produção de leite, a rentabilidade da produção caiu 9 vezes. Segundo ele, isso se deve a condições desfavoráveis aos produtores locais nas cadeias convencionais de abastecimento alimentar – os baixos preços que os supermercados oferecem aos produtores russos, propinas, longos períodos entre vendas e longo prazo de giro do dinheiro, etc. Supermercados trabalham preferencialmente com produtos importados que custam menos e são vendidos por atacado. Há também muitas barreiras em compras públicas, por causa das complicadas exigências das licitações – por exemplo, é muito difícil para uma empresa agrícola fornecer a ampla gama de produtos geralmente exigida pelos contratos de compra.

Segundo Vladimir Sergeev [5], a venda direta pode ser uma solução factível para superar os antes mencionados problemas de distribuição. Para o consumidor, as principais vantagens da venda direta são os melhores preços, qualidade e rastreabilidade (relação entre um atributo específico e um determinado produtor); e, para o produtor, controle sobre o processo de distribuição e retorno mais rápido do investimento. Como ficou demonstrado no que antecede, existem várias iniciativas de cadeias curtas de abastecimento alimentar em S. Petersburgo, e novas modalidades estão surgindo. Fica também evidente, a partir dos dados, que essas iniciativas estão lutando para sobreviver e, muitas vezes, desaparecem depois de poucos meses. A seguir, destacam-se alguns dos obstáculos para o desenvolvimento das iniciativas de venda direta já apresentadas:

a) **CORRUPÇÃO E CONCORRÊNCIA DESLEAL.** As iniciativas de cadeias curtas de abastecimento alimentar que operam na cidade, por vezes, sofrem pressões de empresas privadas ou de autoridades municipais. Como relatou o co-fundador da “EcoRos”, a empresa enfrentou dificuldades para encontrar lugares para as máquinas de venda de leite, pois os administradores de armazéns e mercados as percebiam como concorrência indesejada. A solução foi firmar convênios com cooperativas de habitação para instalar as máquinas nas proximidades dos blocos de apartamentos⁶⁵. Mas, mesmo estando localizadas em blocos residenciais, a segurança dessas iniciativas é incerta (ocorrem inclusive ameaças de violência do comércio próximo, como já mencionado no exemplo da cooperativa de consumo), especialmente se os produtos dessas CCAAs são vendidos a preços significativamente mais baixos do que o dos concorrentes convencionais.

No caso dos *foodtrucks*, quando a permissão para vender em um determinado local depende das autoridades municipais, também se relataram algumas violações. Por exemplo, conforme informação não oficial, uma empresa pode ser “incentivada” a pagar cerca de mil euros por cada *van*, para conseguir essa permissão para um ano⁶⁶. Outro exemplo foi o cancelamento de permissões já concedidas para *foodtruck* situadas perto de estações de metrô, devido a potenciais ameaças terroristas (o que foi percebido pelos produtores como uma tentativa de fazer uma redivisão do mercado). Segundo o relatório de Lubov Konstantinova, analista da Transparência Internacional Rússia, os gastos com corrupção tanto de autoridades do estado como de empresas privadas acrescenta de 15-30% ao preço do leite⁶⁷.

Comércio ilegal é outra forma de concorrência desleal com as iniciativas de cadeias curtas de abastecimento alimentar (e uma potencial ameaça para sua reputação). Segundo as estimativas do diretor geral da empresa “Peterburzhenka”, Aleksandr Vikhorev, em S. Petersburgo há um número quase igual de *foodtrucks* autorizados e não autorizados⁶⁸.

b) **FALHAS NA LEGISLAÇÃO E NA POLÍTICA.** Como afirmou na entrevista [1] Vasily Konashenok, o gerente da LavkaLavka de S. Petersburgo, a legislação sobre venda direta não é transparente e nenhum de seus colegas entende completamente como atuar dentro desses novos canais. Conforme apontamos antes, falhas na legislação também constituem um obstáculo ao desenvolvimento do mercado de alimentos orgânicos.

Entre os problemas enfrentados pelas cooperativas de consumidores em seu desenvolvimento, Andrei Kalinin [4] mencionou dificuldades de acesso a empréstimos bancários (pela ausência de capital societário em cooperativas de consumidores) e desconsideração por parte da Administração Municipal e dos órgãos de governos locais, que impedem as cooperativas de consumo de participarem de programas sociais, receberem subsídios ou apoio financeiro de fundos públicos.

Outro problema sério para as iniciativas de cadeias curtas de abastecimento alimentar é a incoerência das políticas. Este fator é especialmente visível no caso do co-

⁶⁵ <http://www.fontanka.ru/2013/06/06/213/>. Consultado em 9 de julho, 2014.

⁶⁶ <http://konkretno.ru/interview/38006-torgovlyu-s-koles.html>. Consultado em 7 de novembro, 2014.

⁶⁷ <http://www.hse.ru/data/2013/01/28/1304832649/book1.pdf>. Consultado em 7 de março, 2015.

⁶⁸ <http://biznesstile.ru/kakzarobotat/torgovla/48-avtolavka-ili-torgovlya-s-koles.html>. Consultado em 7 de novembro, 2014.

mércio itinerante (*foodtrucks*, tanques de leite, máquinas de vendas), quando algumas autoridades promovem o comércio itinerante de leite *in natura*⁶⁹ e, mais tarde, outras tentam proibi-lo completamente, depois de um caso de provável envenenamento alimentar⁷⁰; ou quando permissões já concedidas para venda são canceladas sem que os produtores tenham dado razão para isso⁷¹; ou quando as regras para conseguir tais permissões mudam radicalmente sem dar aos produtores tempo para adaptarem-se às novas condições⁷². Essa política instável e imprevisível cria um ambiente tenso, mesmo para grandes empresas agrícolas, sem falar nos produtores rurais individuais para quem adquirir um *foodtruck* é um pesado investimento. Ainda que essas ações se justifiquem pela sanidade dos alimentos e pela segurança nacional, decisões assim precipitadas resultam em desarticulação das redes existentes, perda da confiança e deterioração do ambiente de negócios, enquanto, em muitos casos, o aprimoramento do controle pelo estado ou a busca de acordos seriam decisões administrativas muito mais sensatas.

c) **FALTA DE INFORMAÇÃO E DE INFRAESTRUTURA.** Muitos agricultores estão isolados e não utilizam a internet⁷³ e, portanto, não se tem acesso fácil à informação sobre eles. Quando a LavkaLavka São Petersburgo foi aberta, e lançou na internet sua loja de produtos locais, solicitou ao sindicato dos agricultores os dados de contato dos agricultores locais, mas a organização recusou-se a fornecer qualquer informação sem um contrato assinado, pagamento etc. Assim, a equipe da LavkaLavka decidiu ela mesma procurar os agricultores (fazer visitas de campo, etc.) [1]. Essa mesma estratégia foi utilizada por alguns dos demais entrevistados – eles procuraram agricultores quando estavam a caminho de suas *dachas* ou quando viajavam de carro, por exemplo. O lançamento do *website* <http://rosagrotorg.ru> foi um bom começo, mas, dos 800 agricultores da província de Leningrado, o site contém alguma informação apenas sobre 18 deles.

Outra lacuna de informação reside no desconhecimento sobre mecanismos sociais como cooperativas de consumidores e compras coletivas [4] – os consumidores, em geral, não sabem como essas práticas funcionam e quais suas vantagens. Combinado à desconfiança e passividade usuais da sociedade russa [1], isso pode dificultar o desenvolvimento de cadeias curtas de abastecimento alimentar.

O acesso a instalações por parte das iniciativas de CCAAs constitui mais um desafio. Algumas das iniciativas mapeadas tiveram de encerrar atividades quando seus participantes não puderam mais utilizar instalações sem custo, ou quando outros ocupantes demandaram essas instalações para outros fins.

Algumas das questões antes mencionadas (tais como a corrupção, a incoerência política etc.) são problemáticas para todos os tipos de cadeias, inclusive as convencionais. Mas as CCAAs são mais vulneráveis a esses problemas, porque, em comparação com as convencionais, elas em geral operam segundo regras difusas, com menos re-

⁶⁹ <http://www.gazeta.spb.ru/40576-0/>. Consultado em 7 de janeiro, 2015.

⁷⁰ <http://veq.ru/catalog/news/doc/3097/>. Consultado em 7 de janeiro, 2015.

⁷¹ <http://konkretno.ru/interview/38006-torgovlyu-s-koles.html>. Consultado em 7 de novembro, 2014.

⁷² http://www.dp.ru/a/2014/03/05/Avtolavki_zaehali_v_tupik/. Consultado em 7 de janeiro, 2015.

⁷³ <http://fedpress.ru/news/econom/reviews/1375963217-fermerov-ne-ustrayvayut-vkontakte-i-fesbuk-v-ekaterinburge-dlya-nikh-prezentovali-novuyu-sotsset>. Consultado em 10 de janeiro, 2015.

curtos e precisam constantemente inventar novas formas de funcionamento. Outros problemas são particularmente relevantes para cadeias curtas (por exemplo, falta de informação). Por essa razão, é importante promover o domínio das ferramentas de internet e o acesso a essa entre os agricultores, e ampliar o conhecimento da população sobre as relações produtor-consumidor, práticas sustentáveis e iniciativas existentes de CCAAs (por meio de formação, campanhas informativas etc.).

No momento, é difícil prever o futuro do desenvolvimento das cadeias curtas de abastecimentos alimentar. Segundo o depoimento do agricultor e proprietário do portal de internet *farmer.ru*, Alexey Volozhanin⁷⁴, nem todos os agricultores são entusiastas das vendas diretas, alguns deles preferem dedicar-se inteiramente ao cultivo e não ter de se envolver com distribuição. Nesse caso, canais intermediários, tais como lojas na internet, podem liberar os agricultores de atividades indesejadas e, ainda assim, proporcionar aos consumidores acesso a produtos locais através de cadeias mais curtas. Outra opção poderia ser a cooperação entre agricultores, quando diversos produtores criam um *website* e organizam conjuntamente a distribuição, o que lhes permite ampliar a gama de produtos e reduzir a carga de trabalho e os custos de administração da venda direta (Kotliarov, 2012, p. 490). Para Ivan Kotliarov, em futuro próximo, as cadeias de abastecimento alimentar podem tornar-se mais curtas em ambos os sentidos – pelo desenvolvimento de vínculos diretos produtor-consumidor (principalmente com a ajuda do comércio eletrônico) e pela introdução de vendas diretas nas cadeias convencionais. Exemplos já em funcionamento, em Moscou, são: 1) compra diretas de produtos de agricultores locais por redes varejistas sem intermediação de atacadistas e vendas desses produtos frescos (em 24 horas) e a granel; 2) estabelecimento de eco-bazares – um novo tipo de centros de comércio que vendem exclusivamente produtos agrícolas (comparados aos mercados públicos, eles oferecem mais conforto aos consumidores, além de serviços especiais e infraestrutura adaptados às necessidades dos agricultores)⁷⁵.

Após a recente proibição de produtos importados (daqueles países que impuseram sanções econômicas à Rússia durante as revoltas na Ucrânia)⁷⁶, tem-se discutido se isso poderia estimular o crescimento da produção local. Contudo, como demonstram esses breves exemplos, os produtores agrícolas russos enfrentam graves problemas internos, que não podem ser resolvidos simplesmente pela remoção de alguns concorrentes. Em um setor que demanda muitos recursos, depende do clima e tem baixa lucratividade como é o setor agrícola, é extremamente importante dispor de legislação inequívoca, política coerente, infraestrutura bem desenvolvida e de um ambiente estável de negócios.

⁷⁴ <http://fedpress.ru/news/econom/reviews/1375963217-farmerov-ne-ustraivayut-vkontakte-i-feisbuk-v-ekaterinburge-dlya-nikh-prezentovali-novuyu-sotsset>. Consultado em 10 de janeiro, 2015.

⁷⁵ <http://eko-bazar.ru/>. Consultado em 5 de março, 2015.

⁷⁶ O embargo de um ano sobre as importações da maior parte dos produtos agrícolas (frutas, hortaliças, carne, peixe, leite e derivados) de Estados Unidos, União Europeia, Noruega, Canadá e Austrália foi imposto em 6 de agosto de 2014. Em 2015, o embargo foi estendido até 31 de dezembro de 2017.

Em contextos de forte centralização da produção e distribuição de alimentos, como é o caso em São Petersburgo e na província de Leningrado, desenvolver canais de venda direta e dar suporte aos agricultores constituem desafios sumamente importantes. Não só essas iniciativas de cadeias curtas de abastecimento alimentar fortalecem o mercado de alimentos, por promoverem a alteridade, a concorrência e a inovação no setor, como também têm o potencial de promover valores e práticas (como sustentabilidade, confiança, cooperação e justiça social) que são cruciais para o desenvolvimento da sociedade em geral.

Conclusões

Durante as últimas duas décadas, a agricultura russa vem experimentando uma crise persistente, com a maioria dos indicadores da produção agrícola reduzidos à metade ou a um terço dos níveis originais. Só mais recentemente observou-se alguma estabilização. Após a *perestroika*, os alimentos importados tornaram-se muito atrativos, e sua participação no mercado ainda é bastante alta. Contudo, como evidenciamos neste trabalho, há uma demanda crescente por produtos locais na Rússia, a qual é estimulada por uma virada patriótica e nostálgica para os alimentos nacionais, bem como pela necessidade de maior qualidade e segurança dos produtos. No entanto, em razão da posição geográfica, das condições climáticas e das tendências anteriores de desenvolvimento, a situação dos agricultores na província de Leningrado é muito frágil, na medida em que $\frac{3}{4}$ da produção está concentrada em grandes empresas agrícolas e $\frac{3}{4}$ da distribuição, em grandes redes varejistas.

Há várias iniciativas de cadeias curtas de abastecimento alimentar em São Petersburgo, as quais, para fins analíticos, podem ser categorizadas em três tipos: plataformas de reconexão (mercados, feiras e plataformas de internet); iniciativas de interação mobilizadas pelos produtores (pontos de venda de produtores, *foodtrucks*, máquinas de vendas e tanques de leite); e iniciativas mobilizadas pelos consumidores (compras diretas individuais ou coletivas, no local de produção ou via lojas da internet ou cooperativas). As iniciativas do último grupo parecem ser as mais favoráveis aos pequenos agricultores, bem como para os valores de sustentabilidade. Embora se observem algumas tendências positivas, tais como o surgimento de agricultores inovadores, o desenvolvimento de agricultura orgânica e de certificação, a maior parte das iniciativas de cadeias curtas ainda luta para sobreviver. Muitos obstáculos se colocam ao desenvolvimento dessas cadeias, alguns dos quais podem ser superados com certa facilidade e rapidez (promovendo o domínio de ferramentas da internet e disseminando informação), ao passo que outros problemas são de natureza sistêmica (desconfiança e passividade sociais, corrupção, e instabilidade jurídica, econômica e social) e sua solução demandará muito tempo e ações coordenadas.

O estudo das cadeias curtas de abastecimento alimentar na Rússia também apresenta desafios. Alguns deles dizem respeito à postura desconfiada de certos informantes para participarem em pesquisas sociais e sua pouca disposição para falar com pessoas que não conhecem, especialmente porque a maior parte deles está sobrecarregada com

as atividades de trabalho e domésticas ou porque em ocasiões anteriores experimentaram incidentes desagradáveis com estranhos. Outro desafio reside em detectar essas iniciativas de cadeias curtas, pois a maioria delas não dissemina informação sobre suas atividades, pontos de venda e agendas, e não deixa pistas na internet (especialmente aquelas menores e informais como grupos de compra de 5 a 10 familiares e amigos). Isso dificulta sensivelmente o estudo das cadeias curtas de abastecimento alimentar na Rússia, em comparação, por exemplo, com os grupos GAS na Itália, onde essas iniciativas em geral dispõem de páginas na internet, subscrições, encontros e pontos de coleta na cidade.

Ainda assim, sustentamos que, com a promoção do conhecimento sobre ferramentas da internet entre agricultores e consumidores, a informação sobre as cadeias curtas irá disseminar-se rapidamente e um maior número delas se tornará visível. Este artigo buscou ampliar o conhecimento sobre este campo e estabelecer as bases para novos estudos sobre as iniciativas de cadeias curtas de abastecimento alimentar. O próximo passo do estudo será de análise das atitudes e práticas dos consumidores de São Petersburgo participantes de CCAAs, buscando compreender por que razão eles tomam essas decisões de compra, como essas práticas interferem em sua vida cotidiana, que conhecimento e percepção eles têm e que valores de sustentabilidade compartilham.

Entrevistas

[1] Entrevista com Vasily Konashenok, gerente da LavkaLavka de São Petersburgo, conduzida por Olga Gromasheva em S. Petersburgo, em janeiro de 2012.

[2] Entrevista com vendedor do tanque de leite, conduzida por Olga Gromasheva, em maio de 2012.

[3] Entrevistas com consumidores de S. Petersburgo, conduzidas por Olga Gromasheva entre 2012 e 2013.

[4] Entrevista com Andrei Kalinin, vice-presidente do Conselho do Sindicato das Associações de Consumidores “Rusj” e vice-diretor da “Lenplodovosh”, a associação de empreendimentos e empresas de serviços agrícolas de S. Petersburgo e província de Leningrado, conduzida por Olga Gromasheva em S. Petersburgo, em maio de 2012.

[5] Entrevista com Vladimir Sergeyev, especialista no setor pesqueiro do Comitê da Agroindústria Pesqueira da Administração da província de Leningrado, conduzida por Olga Gromasheva, em S. Petersburgo, em janeiro de 2012.

Referências

BARSUKOVA, S. Y. Coordenadas Ideológicas do Mercado Alimentar. *Terra Economicus*, v. 9, n. 2, p. 9-16, 2011 (em russo).

BERKUM, S. van; DVORTSIN, L.; ROZA, P. Opportunities for Dutch Agribusiness in Russia. In: *The Hague: LEI report 2010-093*, 2010.

- BRUNORI, G.; ROSSI, A.; GUIDI, F. On the New Social Relations around and beyond Food. Analysing Consumers' Role and Action in Gruppi di Acquisto Solidale (Solidarity Purchasing Groups). *Sociologia Ruralis*, v. 52, n. 1, p. 1-30, 2012.
- BRUNORI, G.; ROSSI, A.; MALANDIN, V. Co-producing Transition: Innovation Processes in Farms Adhering to Solidarity-based Purchase Groups (GAS) in Tuscany, Italy. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, v. 18, n. 1, p. 28-53, 2011.
- BULLETIN. Indústrias Agro-Pesqueiras de Leningrado em 2012. St. Petersburg, 2013 (em russo).
- CALDWELL, M. L. The Taste of Nationalism: Food Politics in Postsocialist Moscow. *Ethnos: Journal of Anthropology*, v. 67, n. 3, p. 295-319, 2002.
- CALDWELL, M. L. *Dacha Idylls: Living Organically in Russia's Countryside*. California: University of California Press, 2011.
- CLARKE, S.; VARSHAVSKAYA, L.; ALASHEEV, S.; KARELINA, M. The Myth of the Urban Peasant. *Work, Employment and Society*, v. 14, n. 3, p. 481-499, 2000.
- DAUGAVET, D. Poder de Mercado das Cadeias Varejistas: O que Muda com a Lei de Comércio? *Oikonomia. Politika*, n. 4, p. 80-95, 2011 (em russo).
- GROMASHEVA, O. LavkaLavka Case Study (St. Petersburg). In: GALLI, F.; BRUNORI, G. (Ed.). *Short Food Supply Chains as Drivers of Sustainable Development* (Evidence Document). Documento desenvolvido no âmbito do projeto FP7 – FOODLINKS (GA n. 265287). Laboratorio di studi rurali Sismondi, 2013, p. 38-41.
- GROMASHEVA, O. Percepção do Risco Alimentar por Mães de Pré-escolares. *INTER*, n. 5, p. 83-94, 2009 (em russo).
- KEBIR L.; TORRE, A. Geographical Proximity and New Short Supply Food Chains. In: LAZZERETTI, L. (Ed.). *Creative Industries and Innovation in Europe, Concepts, Measures, and Comparative Case Studies*. New York: Routledge, 2013.
- KNEAFSEY, C.; HOLLOWAY, D.; TUOMAINEN, V. *Reconnecting Consumers, Producers and Food: Exploring Alternatives*. Berg, 2008.
- KOTLIAROV, I. D. Mercado Agrário: Modelos Não-Convencionais de Venda de Alimentos. *Marketing and Market Research*, n. 6, p. 484-491, 2012 (em russo).
- LANG, T. Crisis? What Crisis? The Normality of the Current Food Crisis. *Journal of Agrarian Change*, v. 10, n. 1, p. 87-97, jan. 2010.
- LOUHIVUORI, J. *Russia's Food Retail Sector from the Point of View of Finnish Food Producers*. Lappeenranta University of Technology, Northern Dimension Research Centre, 2005. Disponível em: <<http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/31078/TMP.objres.184.pdf?sequence=1>>
- PROVÍNCIA DE LENINGRADO. Anuário Estatístico 2012 (2013). St. Petersburg: Petrostat, 2013 (em russo).
- REARDON, T.; TIMMER, P. C. The Economics of the Food System Revolution. *Annual Review of Resource Economics*, v. 4, n. 1, p. 225-264, 2012.
- RUSSIA. 2012: *Statistical Pocketbook*. Moscow: Rosstat, 2012.
- RUSSIA. 2013: *Statistical Pocketbook*. Moscow: Rosstat, 2013.
- RUSSIA. 2014: *Statistical Pocketbook*. Moscow: Rosstat, 2014.
- S. PETERSBURGO. *Anuário Estatístico 2012*. St. Petersburg: Petrostat, 2013 (em russo).

SONNINO R. Feeding the City: Towards a New Research and Planning Agenda. *International Planning Studies*, v. 14, n. 4, p. 425-435, 2009.

USDA. *Russian Organic Market Continues to Grow*. USDA Foreign Agricultural Service. GAIN Report RSATO1302. 2/25/2013. Prepared by Olga Kolchevnikova, 2013.

VORONINA, T. A. From Soviet Cuisine to Kremlin Diet: Changes in Consumption and Lifestyle in Twentieth Century Russia. In: ODDY, D. (Ed.). *The Rise of Obesity in Europe: A Twentieth Century Food History*. Burlington: Ashgate Publishing Company, 2009, p. 33-44.

WIJNANDS, J. H. M.; VALEEVA, N. I.; BERKUM, S. van. Dutch Business Opportunities in the Russian Agrifood Sector; Animal protein sector and Moscow Metropolitan fresh food chain. LEI Memorandum 13-018. *The Hague*: LEI Wageningen UR, 2013.

WISKERKE, J. On Places Lost and Places Regained: Reflections on the Alternative Food Geography and Sustainable Regional Development. *International Planning Studies*, v. 14, n. 4, p. 369-387, 2009.

Parte IV

**Políticas públicas e programas de apoio
às cadeias curtas**

Por que muitos agricultores não formalizam o comércio de alimentos através das cadeias curtas?

Marcio Gazolla

Introdução

Neste trabalho analisam-se algumas normas e regras das instituições reguladoras dos alimentos em relação às cadeias curtas das agroindústrias familiares. São discutidas as normatizações sanitárias federais, estaduais e municipais, bem como as novas legislações criadas, por exemplo, o Sistema Unificado de Atenção a Sanidade Agropecuária (Suasa) e Sistema Unificado Estadual de Sanidade Agroindustrial Familiar, Artesanal e de Pequeno Porte (Susaf/RS). Basicamente o trabalho responde as seguintes perguntas: (a) quais os papéis das instituições reguladoras da produção, distribuição e consumo de alimentos junto às agroindústrias familiares? (b) por que os agricultores possuem dificuldades em formalizar as vendas via cadeias curtas em suas agroindústrias?

Formula-se que há um “diálogo” difícil entre as instituições reguladoras dos alimentos e as agroindústrias familiares, devido à ação institucional de fiscalizar as agroindústrias, exigindo que as mesmas adequem-se as normas e regras, que muitas vezes são exigentes em parâmetros técnicos e administrativos para a realidade socioe-

conômica das agroindústrias. Isso tem dificultado a inserção das agroindústrias na esfera formal e as vendas dos seus alimentos nos mercados, inclusive nas cadeias curtas, como alguns estudos tem ressaltado (Mior, 2005; Wilkinson, 2008).

Neste sentido, as agroindústrias possuem um ambiente institucional marcado pela informalidade. Dados do Censo Agropecuário (IBGE, 2006) mostram que menos de 1% dos estabelecimentos agropecuários que transformam alimentos possuem Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). Estimativas do Programa da Agroindústria Familiar (PAF) para o Rio Grande do Sul (RS) demonstram que existem 7.700 agroindústrias; destas, apenas 560 estavam formalizadas (até 2011). Pesquisas conduzidas na região norte do RS evidenciaram que 72,64% das agroindústrias estão informais (Pelegri e Gazolla, 2008). Estes dados evidenciam que há interfaces frágeis, quando existem, entre instituições reguladoras dos alimentos e as agroindústrias familiares.

Teoricamente, o trabalho dialoga com a Perspectiva Multinível e Coevolucionária (PMN), ao analisar as regras e normas que permeiam as regulações em torno dos alimentos, corroborando com uma série de trabalhos que analisam o chamado regime sociotécnico (Wiskerke e Ploeg, 2004; Roep e Wiskerke, 2004; Ploeg et al., 2004; Brunori et al., 2009). Neste trabalho o regime sociotécnico é chamado de alimentar, por ser formado a partir das regras e normas que regulam a produção, distribuição, comercialização e consumo dos alimentos. O trabalho evidencia as interfaces destas normativas do regime sociotécnico alimentar com as cadeias curtas das agroindústrias.¹

O trabalho está estruturado em três partes. Na primeira evidencia-se que as legislações sanitárias dos alimentos possuem três níveis territoriais não eficazmente integrados (federal, estadual e municipal), bem como diferentes agências responsáveis pela sua execução, atuando por grupo de alimentos. Na segunda analisa-se o papel dos novos sistemas unificados, o Suasa e Susaf, mostrando os benefícios que os mesmos podem gerar em termos de integração dos distintos níveis de inspeção dos alimentos. Na terceira seção são discutidas as atribuições, ações desenvolvidas e principais limitações existentes nos serviços de inspeção da Coordenadoria de Inspeção de Produtos de Origem Animal (CISPOA) e dos Sistemas de Inspeção Municipais (SIM).²

¹ O regime sociotécnico alimentar é caracterizado pela padronização dos alimentos, monopólios das grandes cadeias de distribuição, fusões e aquisições entre grandes firmas, verticalidade e dominância na coordenação das cadeias agroalimentares, industrialização acentuada dos produtos, produção em massa, dietas desequilibradas nutricionalmente, centralização dos capitais agroindustriais e, eventualmente, graves crises econômicas, ambientais e ocorrência de doenças como o mal da “vaca louca” na Europa. Todas estas características definem os contornos do atual regime sociotécnico alimentar hegemônico. Ver Wiskerke e Ploeg (2004) para um melhor entendimento do conceito.

² Metodologicamente, a investigação foi realizada na Região do Médio Alto Uruguai/RS. Utilizaram-se dados primários de 23 entrevistas realizadas com 26 atores sociais de desenvolvimento (inclusive os que atuam nas instituições reguladoras de alimentos) e agricultores donos de agroindústrias. Também utilizaram-se dados secundários de várias fontes, como do IBGE (2006) (Censo Agropecuário), do Programa Estadual de Agroindústria Familiar (PAF/RS) e outros documentos e legislações das instituições da área de alimentos.

Exigências sanitárias colocadas às agroindústrias familiares: os diferentes níveis territoriais

Um dos pontos de partida dos trabalhos de controle de qualidade dos alimentos foi a criação do Serviço de Inspeção Federal (SIF) dentro do Ministério da Agricultura, através da Lei n. 1.283/50 (Brasil, 1950). Essa lei foi regulamentada pelo Decreto n. 30.691/52 (Brasil, 1952), que instituiu o Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal (RIISPOA). Através do RIISPOA, iniciou-se uma série de controles nos alimentos processados e comercializados.

Apesar da Lei n. 1.283/50 não fazer nenhuma distinção da produção industrial dos alimentos derivados de animais em termos de escala, ela possui um caráter excludente. No RIISPOA constata-se que sua concepção direciona-se a grandes plantas industriais, devido ao grau de exigências em termos de instalações e equipamentos, sendo difícil para uma agroindústria familiar viabilizar tais requerimentos técnicos. Esta normatização sinaliza a estrutura agroindustrial montada como sinônimo de qualidade dos alimentos – a compreensão é que quanto maior as estruturas e equipamentos, melhor seria a qualidade dos alimentos processados.

O RIISPOA não considera que alimentos inócuos ao consumo humano possam ser obtidos em unidades agroindustriais de menor porte em estruturas e equipamentos, com a utilização de técnicas de processamento que tenham como base os princípios da higiene, as Boas Práticas de Fabricação dos Alimentos (BPF), a artesanidade dos processos produtivos, entre outros aspectos, que são comuns às agroindústrias familiares.

Com a Lei n. 7.889/89 (Brasil, 1989) modifica-se o marco regulatório dos alimentos de origem animal. Essa lei surge no sentido de haver uma descentralização na prestação dos serviços públicos de controle dos alimentos, deixando em aberto para os estados e municípios a possibilidade de criarem seus respectivos serviços de inspeções (Sistema de Inspeção Estadual - SIE e Sistema de Inspeção Municipal - SIM, respectivamente). A partir da Constituição de 1988, os serviços de inspeção e controle da qualidade dos alimentos são divididos pelos tipos de produtos e matérias-primas, basicamente em animais, vegetais e bebidas.

Para a fiscalização dos produtos de origem animal foi constituído o Serviço de Inspeção Sanitária, ligada aos órgãos da agricultura nos âmbitos municipal, estadual e federal. Para o grupo das bebidas, as atribuições ficaram a cargo do Ministério da Agricultura. No caso dos produtos de origem vegetal foi criado o Serviço de Vigilância Sanitária, ligado aos órgãos da saúde como o Ministério da Saúde (MS) e Secretarias Estaduais de Saúde. No caso de produtos de extrativismo como erva-mate e palmito, a regulação também é feita pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente (Ibama).

O trecho da entrevista com a Coordenadora da Coordenadoria de Inspeção de Produtos de Origem Animal do RS (CISPOA) deixa claro o papel da Lei n. 7.889/89, no que diz respeito em atribuir papéis diferenciados aos três níveis federativos de inspeção e fiscalização dos alimentos, bem como a alocação dessa competência junto aos órgãos da agricultura do Estado (Ministério da Agricultura, Secretaria Estadual e Municipal).

Foi justamente essa questão da Lei 78/89. Por que toda a agroindustrialização de produtos de origem animal cairia para as agriculturas, que seriam os abates e os processos de fabricação. Essa lei separou, colocou que as Secretarias de Agricultura dos municípios são os responsáveis pelas agroindústrias que farão o comércio dentro dos municípios, que é o SIM. As agroindústrias registradas nos serviços estaduais, que aqui é o CISPOA, fariam o comércio intermunicipal. Enquanto as agroindústrias registradas no SIF fariam o comércio interestadual e internacional. Então a partir de 89 se definiu que a agricultura seria a responsável pelos produtos de origem animal e cada estado começou a se organizar para fazer isso. Mas a partir de 89 as indústrias foram migrando para a agricultura, só não se tinha um serviço formalizado (Entrevista 19: CISPOA, Porto Alegre, Novembro de 2011).

A Lei n. 7.889/89 foi um avanço no sentido de descentralizar os serviços de inspeção, dando atribuições aos estados e municípios. No entanto, a mesma criou competências concorrentes de fiscalização e inspeção dos produtos de origem animal, sendo que qualquer um dos níveis federativos pode legislar sobre o assunto com autonomia. Isso levou a duas consequências diretas: (a) a dificuldade de alguns estados, mas principalmente dos municípios pequenos e pobres, em implantar o SIM devido aos altos custos que foram transferidos aos mesmos junto com a competência do serviço, sem haver nenhum auxílio da União; (b) devido ao princípio da autonomia federativa em legislar sobre os alimentos, atualmente tem-se três sistemas de inspeção (federal, estaduais e municipais) com princípios de controle dos alimentos diferentes entre entes federativos, o que faz com que se tenha dificuldades de integração das normas e regras destes sistemas.

Suasa e Susaf/RS: dificuldades de adesão dos municípios aos sistemas unificados federal e estadual

Nesta seção são discutidos os papéis do Suasa e Susaf/RS. A análise é conduzida de modo a demonstrar os princípios fundamentais presentes nos dois sistemas unificados, suas formas de funcionamento junto aos diferentes níveis territoriais de inspeção, bem como avanços e limites que essas novas regulações alimentares implicam para a construção de cadeias curtas nas agroindústrias familiares.

A Lei n. 7.889/89 estabeleceu que os estabelecimentos industrializadores de alimentos de origem animal que possuem registros estaduais só podem transitar e comercializar seus alimentos dentro dos limites estaduais. Da mesma forma, as agroindústrias que estão registradas no SIM foram impedidas de vender os seus alimentos para outros municípios. Nesse sentido, a implantação do Suasa, criado pela Lei n. 9.712/98 (Brasil, 1998) e Decreto n. 5.741/06 (Brasil, 2006), instituiu os chamados Sistemas Brasileiros de Inspeção, que permite que os estabelecimentos registrados nos SIE e SIM, quando pedirem adesão a estes sistemas brasileiros, possam comercializar seus alimentos em todo o território nacional e até para fora do país.

O Suasa é um Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária, abrangendo várias áreas e atividades relacionadas à agricultura e saúde (Figura 1). Em uma das

partes do Suasa está incluído o Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal (SISBI-POA), cujo objetivo é promover a harmonização e padronização dos procedimentos de inspeção dos produtos de origem animal entre os serviços de inspeção federal, estadual e municipal, de maneira que os procedimentos e organização da inspeção sejam desenvolvidos por métodos universais e aplicados de forma equitativa para todas as agroindústrias inspecionadas (Rio Grande do Sul, 2011b).

Como observa-se na Figura 1, o objetivo do Suasa é fazer com que haja uma integração maior entre os sistemas de inspeção federal, estadual e municipal, sendo que a inspeção sanitária dos produtos de origem animal e vegetal desenvolva-se de formas equivalentes entre níveis territoriais. Na prática, o Suasa visa dar garantias de que um alimento oriundo de uma agroindústria, seja ela de pequena, média ou grande escala, tenha o mesmo controle dos processos higiênico-sanitários, sendo um produto inócuo ao consumo humano.

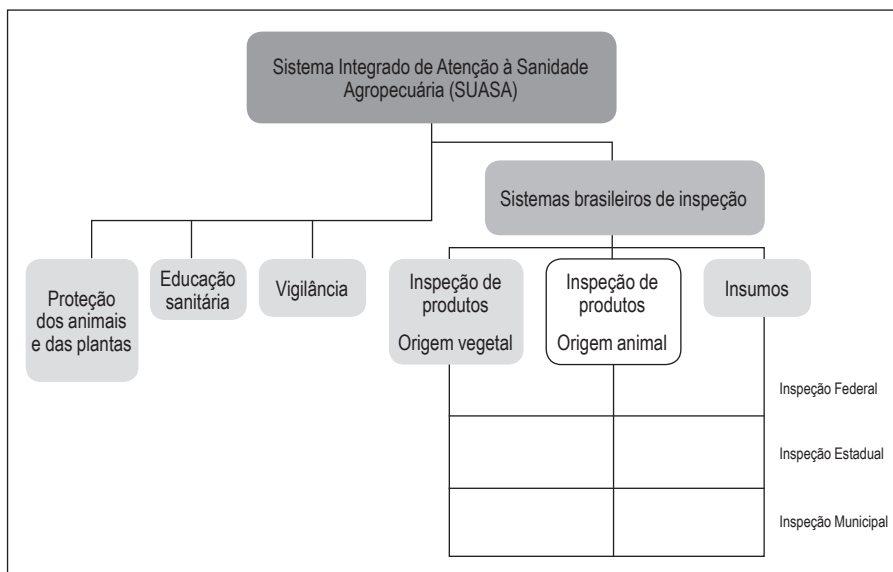


Figura 1. Estrutura do Suasa com destaque ao SISBI-POA.

Fonte: Rio Grande do Sul (2011b).

A equivalência cobrada pelo Suasa aos serviços de inspeção é em relação à qualidade do produto final, que deve ser a mesma em qualquer um dos sistemas de inspeção. Antes da criação do Suasa não havia formas dos sistemas de inspeção interagirem, pois estavam colocados em diferentes níveis. Com o Suasa essa possibilidade foi aberta, podendo ser considerada uma normatização que traz avanços para a formalização das agroindústrias familiares, bem como a construção a nível local e regional de cadeias curtas agroalimentares.

Ressalta-se que há possibilidade do SIM de qualquer município credenciar-se junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) para adesão ao Suasa (SISBI-POA) ou junto ao Cispoa, desde que possua a equivalência de procedimentos técnicos e administrativos exigidos.³ As agroindústrias de forma individual ou coletivas não podem pedir adesão ao Suasa ou Cispoa, pois estas regras regem os sistemas de inspeção e não os estabelecimentos processadores de alimentos. O mesmo vale para as agroindústrias registradas junto a Cispoa. São sempre os sistemas de inspeção, estadual ou municipal, que devem pedir a adesão ao Suasa. Isso gerou muitas interpretações errôneas entre os atores sociais e das próprias instituições reguladoras dos alimentos na promulgação da lei que criou o Suasa, sendo um dos motivos que impediu que o mesmo se concretizasse de forma mais acelerada.

O trecho da entrevista com a coordenadora da Cispoa deixa claro o papel do SISBI-POA: fazer a equivalência dos procedimentos técnicos e administrativos entre os três níveis de inspeção. Também retrata que está sendo difícil para os municípios adequarem seus SIM aos critérios requeridos para adesão ao Suasa ou ao Susaf/RS, recentemente promulgado pelo governo estadual, que possui o mesmo papel do Suasa, porém, é válido somente dentro do território gaúcho.

O SISBI está dentro do Suasa. Ele quer fazer a equivalência de procedimentos entre os três níveis de inspeção e ele está sentindo dificuldades por que a adesão é voluntária. E os municípios não são tão bem estruturados. Por isso é que está havendo uma grande confusão do pessoal. O município é que vai ter que optar se ele quer aderir ao Suasa ou Susaf. Mas ele vai ter que aderir, por que qual é a grande questão? A questão não é a agroindústria em si aderir, mas o serviço. É a estrutura do serviço (Entrevista 19: Cispoa, Porto Alegre, Novembro de 2011).

Até 2012 apenas 12 serviços de inspeção aderiram ao Suasa, sejam eles estaduais, regionais ou municipais. Estes serviços abrangem um universo de 1.487 estabelecimentos processadores de alimentos, mas dentro deste número, apenas 31 estão aptos às exigências colocadas pelo Sistema Unificado, pois não basta os serviços de inspeção aderirem, já que os estabelecimentos também têm que estarem dentro das normativas exigidas pelo Suasa para poderem operar.

Por exemplo, no RS apenas cinco SIM conseguiram a adesão ao Suasa (Santa Cruz do Sul, Rosário, Erechim, São Pedro do Butiá e Alegrete), devido, principalmente, às inúmeras exigências colocadas pelo SISBI-POA, especialmente para aqueles municípios pequenos e pobres. Estes dados evidenciam as dificuldades que os sistemas

³ Em 2011 o Mapa emitiu a Instrução Normativa n. 36 (Brasil, 2011), a qual estabelece os requisitos necessários para que haja a adesão dos estados, Distrito Federal e municípios ao SISBI-POA. São cinco requisitos: (a) possuir infraestrutura administrativa (recursos humanos, estrutura física, sistemas de informação e infraestrutura para o desenvolvimento dos trabalhos de inspeção); (b) garantir a inocuidade dos produtos de origem animal (atividades de inspeção tecnológica, higiênico-sanitárias e ferramentas de autocontrole); (c) os produtos de origem animal devem possuir qualidade assegurada (rotulagem e regulamentos técnicos de identidade e qualidade); (d) agir na prevenção e combate à fraude econômica (rede laboratorial para as análises físico-químicas); (e) desenvolver controle ambiental (regularidade ambiental junto ao órgão competente).

de inspeção, principalmente os municipais, estão tendo para inserirem-se nas novas regulamentações do Suasa. As agroindústrias presentes nestes cinco municípios já inseridos no Suasa estão liberadas para realizar o comércio intermunicipal, interestadual e até internacional dos seus alimentos, podendo expandir seus mercados para limites sociais e espaciais que vão além das cadeias curtas.

Esse processo lento de adesão dos SIM ao Suasa possui algumas causas estruturantes, as quais a pesquisa de campo revelou: (a) logo após a criação do Suasa, os técnicos do Mapa não haviam entendido o conceito de equivalência dos alimentos (equivalência em padrões de qualidade final dos produtos fabricados) e quando fiscalizavam os municípios cobrava-se a equivalência em estruturas físicas e equipamentos; (b) no RS 41,53% dos municípios não possuem nem o SIM implantado, o que é um limitante ao desenvolvimento das cadeias curtas das agroindústrias – estes municípios não podem requerer a adesão ao Suasa, sem antes criarem o seu próprio SIM; (c) ocorreram conflitos de interesses entre Mapa e Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA). O primeiro ministério apoiou a criação do Suasa voltando sua atenção à maior inserção dos produtos cárneos brasileiros nos mercados internacionais, principalmente em função dos episódios de ocorrência de Febre Aftosa nos rebanhos. Já o MDA incentivou o Suasa objetivando viabilizar as agroindústrias familiares a venderem para fora das fronteiras dos municípios e estados, abrindo novos mercados às mesmas, além das cadeias curtas e mercados locais. Os dois Ministérios pensaram papéis diferentes para o Suasa, o que levou a disputas políticas, retardando a implantação e prejudicando as agroindústrias que dependiam do sistema integrador para ampliar seus mercados (Gazolla, 2012).

O trecho da entrevista com o responsável pelo SIM do município de Constantina retrata algumas das dificuldades dos municípios que já passaram por auditorias do Mapa para aderir ao Suasa. As principais deficiências são quanto ao tamanho da equipe de inspeção, a não realização de todos os registros técnicos e administrativos requeridos pelo Suasa e a baixa periodicidade das inspeções realizadas nas agroindústrias.

Nós encaminhamos o projeto e em maio de 2008 a gente recebeu a 1ª auditoria do SIF (Mapa), que vinha aqui fazer o que? Qual é o objetivo do SIF? Vir aqui em Constantina e através dos registros e do trabalho que a inspeção vinha fazendo, viria perceber se nós estávamos em equivalência com o SIF, mas chegando aqui eles perceberam que não. Primeiro que não tinha nem equipe de inspeção, tinha um colega que fazia as inspeções no abatedouro, mas as agroindústrias não tinham inspeção, não tinha o acompanhamento de um fiscal sanitário, de um agente de inspeção no município. Não tinha Veterinário concursado. A exigência era de Veterinário 40 horas, dois agentes de inspeção e um secretário só para preencher formulários e lançar dados informatizados, digamos assim, no mínimo quatro pessoas. Toda essa questão de formulários, de mapas do abatedouro. É uma parafernália de tabelas que você tem que preencher, de registros. Por exemplo, os Guia de Trânsito Animal (GTA) que é uma coisa básica, que justifica a origem do animal, nem isso nós não tínhamos, imagina o resto (Entrevista 09: SIM, Constantina, Abril de 2011).

Especificamente para o RS, outra legislação importante para as agroindústrias que produzem alimentos é a aprovação da Lei n. 13.825/11 (Rio Grande do Sul,

2011a) que cria o Susaf/RS. A sua criação segue a mesma sistemática do Suasa a nível federal, fazendo a mesma integração dos sistemas de inspeções para os derivados de animais, entretanto, restrito ao território do RS. O principal avanço do Susaf está em propiciar o comércio intermunicipal e estadual dos alimentos, ampliando os mercados para as agroindústrias para além da espacialidade das cadeias curtas. Ele integra os serviços de inspeções municipais com o estadual, fazendo com que as agroindústrias possam comercializar em todo o estado do RS.

Contudo, há a exigência dos SIM serem constituídos nos municípios e seguirem as normas e regulamentos técnicos de inspeção exigidos pelo Susaf. O artigo 5º, inciso § 1º do Susaf (Rio Grande do Sul, 2011a, p. 2) deixa clara a possibilidade de comércio intermunicipal.

Os estabelecimentos que obtiverem a aprovação pelo Serviço de Inspeção Municipal – SIM – com adesão ao Sistema Unificado Estadual de Sanidade Agroindustrial Familiar, Artesanal e de Pequeno Porte – Susaf/RS – poderão realizar comércio intermunicipal no âmbito do território do estado do Rio Grande do Sul.

O Susaf ainda designa um Conselho Gestor do sistema, o que pode ser considerado um avanço do ponto de vista que outros atores sociais não governamentais, agricultores e seus representantes terem assentos nesse fórum e desenvolver processos de participação social nas decisões estratégicas. Entre as principais atribuições do Conselho Gestor do Susaf estão: elaborar propostas e diretrizes de sanidade agroindustrial familiar; propor parcerias para capacitação dos atores; acompanhar e monitorar o plano de trabalho dos SIM que integrem o sistema; propor a concessão e liberação do comércio intermunicipal; elaborar propostas de regulamentação para emissão e utilização do selo de identificação dos produtos inspecionados; e monitorar informações cadastrais das agroindústrias familiares.

O Susaf é considerado um avanço para as agroindústrias, já que o RS é o primeiro estado a possuir um Sistema Unificado Estadual para adesão dos SIM. Dessa forma, fortalecem-se as agroindústrias, abrindo possibilidade das iniciativas construírem mercados fora dos seus municípios de origem. Entretanto, o Susaf enfrenta algumas das mesmas dificuldades do Suasa já relatadas anteriormente, sendo a principal a existência de poucos municípios com o SIM funcionando adequadamente. Isso faz com que o sistema recém-criado também tenha dificuldades em expandir os mercados locais e cadeias curtas das agroindústrias familiares.

Cispoa e SIM: evidências das dificuldades de formalizar as agroindústrias no RS

Na presente seção analisa-se o sistema estadual e dois sistemas municipais de inspeção de produtos de origem animal, que servem como exemplos da dinâmica local dos SIM. No caso da Coordenadoria de Inspeção de Produtos de Origem Animal

(Cispoa) são abordadas sua forma de funcionamento e alguns limites em formalizar as agroindústrias. No caso do SIM, são analisados os sistemas municipais de inspeção de dois municípios, Frederico Westphalen e Constantina, evidenciando as dificuldades que estes municípios possuem para manter o SIM funcionando.

A regulamentação da Lei n. 10.691/96 (Rio Grande do Sul, 1996) criou a Cispoa em 1996, o órgão estadual no qual devem ser registrados os estabelecimentos que comercializam produtos derivados de animais no RS. A criação da Coordenadoria é recente, possuindo apenas 19 anos. Antes de 1996, o serviço de inspeção de alimentos era precário: (a) havia apenas alguns veterinários que estavam alocados na Secretaria Estadual da Saúde, que realizavam inspeções nas empresas e agroindústrias; (b) muitas indústrias de alimentos iniciavam seu funcionamento sem suas plantas das instalações físicas aprovadas; (c) outras empresas possuíam fluxos inadequados de processamento dos alimentos; (d) outras agroindústrias não estavam com os produtos dentro dos padrões de qualidade e higiene requeridos pelos regramentos técnicos e sanitários. Essas distorções nas empresas e agroindústrias ocorriam devido não haver a Cispoa constituída no RS.

Atualmente a Cispoa possui cerca de 380 empresas registradas, sendo agroindústrias familiares e não familiares (indústrias, abatedouros, laticínios). A grande maioria são agroindústrias de pequeno e médio porte, já que as grandes indústrias geralmente buscam registro junto ao SIF. A maioria das agroindústrias inspecionadas pela Cispoa são alimentos derivados de leite e produtos cárneos, seguidas pelas de ovos, mel e algumas de pescados.

A atuação da Cispoa ocorre de forma descentralizada em todo o RS, à medida que a Secretaria Estadual da Agricultura, Pecuária e Agronegócio (Seapa), a qual ela é vinculada, possui 19 regionais da Agricultura. Em cada uma das regionais existe um setor de Cispoa. Nos municípios há as chamadas Inspetorias Veterinárias e Zootécnicas (IVZ). Em cada regional da Agricultura também existe pelo menos um veterinário da Cispoa, responsável pelos serviços de inspeção (realiza vistorias, acompanhamentos, orientações, análise de plantas agroindustriais, autuações, inspeciona, aplica sanções).

Mesmo com atuação descentralizada em todo o território gaúcho, a Cispoa possui alguns problemas relacionados à inspeção e fiscalização dos alimentos. O primeiro deles está relacionado ao baixo efetivo de técnicos concursados para realizar os trabalhos. Por regional da Agricultura existe somente um veterinário responsável. Este é um dos grandes limitantes da inspeção desenvolvida pela Cispoa, pois muitas vezes este único profissional tem que cobrir um grande raio de abrangência territorial – por exemplo, no Médio Alto Uruguai/RS, apenas um veterinário atende cerca de 50 municípios da IVZ de Palmeiras das Missões.

Em função disso, os técnicos não conseguem acompanhar corretamente todas as agroindústrias e empresas de alimentos, especialmente as inspeções que deveriam ser realizadas periodicamente nas unidades de abate e nas de fabricação de alimentos. Nos abatedouros a legislação exige a presença diária de veterinário a fim de inspecionar todas as carcaças, mas na maioria das empresas, quem realmente faz as inspeções são auxiliares de inspeção de nível médio. Isto gera falta de orientações às agroindústrias de maneira generalizada, dificultando os processos de formalização.

O segundo entrave aos trabalhos da Cispoa é a aplicação dos regamentos de forma diferenciada pelos técnicos (isto também ocorre no Mapa), pois são estes profissionais da “ponta dos processos de inspeção e fiscalização” que definem o que uma agroindústria pode fazer em termos de procedimentos técnicos e estruturas de produção. Isso acontece devido cada profissional possuir uma interpretação diversa das normativas que ele deve aferir junto às agroindústrias.

Outro fator limitante à atuação da Cispoa nas regionais e municípios é que nas IVZ as atividades de sanidade animal e inspeção dos alimentos não são separadas. Os profissionais que atuam nas mesmas têm que se dividirem entre os dois tipos de papéis, o que é praticamente impossível de ser realizado. Estas duas atividades deveriam ser tratadas separadamente dentro das inspetorias, mas por falta de pessoal, elas estão sendo desenvolvidas conjuntamente, o que limita a eficiência da Cispoa na inspeção de alimentos (Gazolla, 2012).

O trecho da entrevista com a Coordenadora da Cispoa evidencia alguns destes limites que o órgão estadual possui. Estes limites de atuação também possui influência em dificultar a legalização do comércio de alimentos via cadeias curtas.

Então eu te diria, primeiro lugar, concurso público, tá faltando gente. Segundo, comprometer esse pessoal por que se o cara não quer fazer, ele não vai. Terceiro lugar, o treinamento (dos técnicos). E, por último, é separar atividades de inspeção das de defesa sanitária. Quando a gente é lotado em uma IVZ, você está cuidando da sanidade animal, mas você tem frigoríficos para fazer, que é atividade de Cispoa. Então se tem sanidade e Cispoa, que são duas coisas que não se consegue fazer juntas (Entrevista 19: Cispoa, Porto Alegre, Novembro de 2011).

Já o SIM é o serviço de inspeções e fiscalizações de alimentos de origem animal dos municípios. Geralmente os serviços são lotados dentro das Secretarias Municipais de Agricultura (SMA), mantidas pelas prefeituras. Juridicamente, para funcionamento o SIM deve possuir lei e decreto municipal, que regulamenta a lei e especifica os papéis do serviço em seus aspectos técnicos, higiênico-sanitários e administrativos. Nesta seção, analisa-se o SIM de dois municípios: Frederico Westphalen e Constantina. A análise é realizada de forma a evidenciar os principais papéis que o SIM cumpre nestes locais, suas ações e alguns dos limites que o sistema possui no processo de formalização das agroindústrias e estímulo às cadeias curtas de comercialização.

No RS, dos 496 municípios existentes, apenas 290 possuem o SIM instalado e funcionando. Este número representa 58,46% dos municípios gaúchos. Nestes 290 municípios onde o SIM é operante, estimativas da Cispoa apontam para 1.000 a 1.200 agroindústrias que são atendidas pelo serviço. Nos outros 206 municípios o SIM não está em operação. Estes representam 41,53% dos municípios do RS. Em muitos não existe a legislação criada para que o SIM possa funcionar. Em outros, existe a base legal montada, mas o SIM não foi posto em funcionamento ou funcionou por algum tempo e depois suas atividades foram suspensas.

Segundo levantamento realizado por Modesti e Chierentin (2010) no Território do Médio Alto Uruguai (34 municípios), apenas 11 possuem o SIM implantado

(Tabela 1). Eles representam somente 32,36% dos municípios. Entretanto, destes 11 municípios com o SIM implantado, 3 deles não estão em funcionamento, restando apenas 8 com o SIM prestando serviços de inspeção, o que contabilizaria pouco mais de 20% dos municípios. Na outra ponta, tem-se 23 municípios que não possuem o SIM implantado. Estes representam 67,64%, mais de $\frac{3}{4}$ das localidades.

TABELA 1
Municípios do Médio Alto Uruguai/RS com e sem SIM implantado

Municípios com e sem SIM	Municípios	Números e percentuais (%)
Com o SIM implantado	Alpestre, Engenho Velho, Erval Seco, Frederico Westphalen, Liberato Salzano, Nonoai, Palmitinho, Planalto, Seberi, Constantina, Trindade do Sul	11 (32,36)
Sem o SIM implantado	Ametista do Sul, Boa Vista das Missões, Caiçara, Cerro Grande, Dois Irmãos das Missões, Gramado dos Loureiros, Jaboticaba, Lajeado do Bugre, Novo Tiradentes, Pinhal, Pinheirinho do Vale, Rio dos Índios, Sagrada Família, São José das Missões, São Pedro das Missões, Vicente Dutra, Vista Alegre	23 (67,64)
Total		34 (100)

Fonte: Modesti e Chierentin (2010).

Comparativamente aos números apresentados para o RS (58,46% dos municípios possuem o SIM instalado e funcionando), a situação do Médio Alto Uruguai é mais preocupante. Primeiro, devido à implementação do SIM estar em percentuais bem abaixo dos números do RS. Segundo, esta microrregião é a que possui maior número de agroindústrias, quando comparada às demais do RS; ela sozinha detém 14,12% das agroindústrias do RS (IBGE, 2006). Esta presença massiva de agroindústrias levaria a crer que a implantação dos serviços de inspeção nos municípios seria um processo mais sedimentado, entretanto, como os dados mostram, isso não se confirma na realidade dos municípios.

A pouca existência do SIM é um entrave ao desenvolvimento das cadeias curtas construídas pelas agroindústrias, pois nos locais em que não há os serviços montados e em funcionamento as experiências não conseguem formalizar-se. Dessa forma, muitas agroindústrias têm que recorrer a Cispoa ou ao SIF para obtenção de registros, serviços estes que possuem maiores exigências de procedimentos técnicos e administrativos. Nestes municípios as agroindústrias estão impedidas de antemão de

participarem de vendas estaduais ou federais, pois sem a existência do SIM, não há como o município pedir a adesão ao Suasa ou Susaf/RS, a não ser que as iniciativas registrem-se diretamente na Cispoa ou Mapa.

A pesquisa de campo evidenciou que os sistemas municipais de inspeção são menos exigentes em termos técnicos e administrativos. O SIM exige menos dos agricultores em fluxos de processamento dos alimentos, disposição das salas da planta agroindustrial, muitas vezes até a planta da agroindústria é adaptada, altura de pé direito, revestimento das paredes, tipos de máquinas e equipamentos, entre outros parâmetros. Estes serviços também cobram menos procedimentos administrativos, por exemplo, listagem de documentos requeridos para o registro dos alimentos, estabelecimento, registros que as agroindústrias e empresas devem manter atualizados, documentação contendo controles da qualidade dos alimentos através das análises laboratoriais.

A inspeção pelo SIM também custa menos às agroindústrias, devido o serviço ser local, o acesso pelos agricultores é mais prático e menos oneroso em dispêndio de recursos financeiros, pois muitas exigências são negociadas face a face com os técnicos, aumentando a velocidade de trâmite de muitos processos e diminuindo custos para as agroindústrias que estão transitando para a formalização e o acesso aos mercados.

O relato da veterinária responsável pelo SIM de Frederico Westphalen deixa claro que o serviço realiza todos os procedimentos técnicos e administrativos necessários, entretanto, quando se trata das agroindústrias familiares são “reduzidas” algumas exigências para que seja viável o funcionamento das experiências dentro da sua realidade socioeconômica.

No local não existe uma lei municipal para o estabelecimento, tem que seguir a risca o que a inspeção federal diz e diminuir o tamanho, tentar fazer uma jogada, por que não existe uma lei do local para uma pequena agroindústria (refere-se ao local físico de instalação da agroindústria). Azulejo ou que seja a parede lavável, como é aquilo PVC ou forrinho, se o cara puder colocar aquilo pode ser. Então se permite um monte de coisas que na inspeção federal não se permitiria, mas é uma pequena indústria. Eu acho que tem que ser inspecionado, mas você tem que dar condições para ele se enquadrar, reduzir as exigências. Eu acho que aqueles métodos de higiene têm que estarem corretos, todos, mas podemos diminuir, podemos ser mais acessíveis para ele colocar uma agroindústria (Entrevista 14: SIM, Frederico Westphalen, Abril de 2011).

Além da base legal discutida acima para o funcionamento do SIM nos municípios, há necessidade de mais dois conjuntos de elementos para sua operação. A existência de equipe técnica suficiente e capacitada para a realização dos serviços de inspeção dos produtos e estabelecimentos existentes no município. Estrutura administrativa adequada aos serviços que devem ser prestados pelo município às empresas e agroindústrias de alimentos. Na prática, os municípios devem fornecer equipes e estruturas administrativas com tamanhos que estejam de acordo com o número de firmas e agroindústrias que devem ser inspecionadas.

Segundo entrevistas realizadas com os atores do SIM de Frederico Westphalen e Constantina, a equipe técnica para municípios pequenos como estes dois em aná-

lise (os dois municípios possuem em torno de 30 agroindústrias cada um), deve ser composta de um a dois veterinários, dois ou três agentes de inspeção (auxiliares de inspeção de nível médio) e uma pessoa com funções de secretaria. A estrutura administrativa deve ser composta de escritório para a equipe, automóveis necessários ao deslocamento até as agroindústrias, recursos financeiros para manutenção da equipe, das operações de inspeção e registros administrativos, equipamentos necessários aos trabalhos e instrumentos de controle da qualidade dos alimentos.

Entretanto, as demandas dos serviços não são atendidas plenamente, sendo que os mesmos funcionam com muitas vulnerabilidades. As suas principais deficiências estão relacionadas a equipes técnicas insuficientes para o bom desempenho das ações de inspeção. Por exemplo, em Constantina o SIM possui somente um técnico em agropecuária responsável pelos trabalhos junto às quase 30 agroindústrias. Há mais um auxiliar de inspeção, mas que trabalha permanentemente no abatedouro municipal. Em alguns períodos do ano o SIM não possuía nem mesmo veterinário, profissional que é obrigatório por lei que esteja presente para que o serviço mantenha-se em funcionamento.

Em Frederico Westphalen a equipe é mais estruturada, há veterinário, dois auxiliares de inspeção e responsável pelos serviços administrativos de escritório. Essa equipe atende 31 agroindústrias e 2 abatedouros. Mesmo com um número maior de profissionais, estes não conseguem realizar todos os trabalhos, pois existem 2 abatedouros que exigem, por Lei, a presença constante do SIM. No abate, todas as carcaças animais devem ser inspecionadas devido a possível presença de Cisticercose e outras patologias, o que demanda trabalho fixo de inspeção.

Segundo entrevistas realizadas, os técnicos não conseguem inspecionar as agroindústrias de alimentos do município de modo periódico (pelo menos uma vez/semana), o que é grave, já que não há um acompanhamento adequado. É normal também nestes pequenos municípios que os técnicos sejam utilizados com duplo propósito pelas prefeituras – sanidade animal e inspeção dos alimentos – o que acrescenta um agravante a mais na falta de tempo destes profissionais para atender as agroindústrias.

Em segundo lugar, a estrutura de apoio oferecida pelas prefeituras é deficiente para o bom desempenho dos trabalhos. Verificou-se que algumas equipes profissionais não possuem automóvel próprio para deslocarem-se até abatedouros, empresas e agroindústrias nos horários corretos de inspeção. Também há deficiências em termos administrativos (escritório pequeno, poucos recursos, falta de computadores e equipamentos de escritório). Contudo, a principal deficiência é a falta de recursos financeiros para as atividades corriqueiras, como manutenção da equipe, compra de roupas apropriadas ao trabalho, custeio dos deslocamentos, formação e treinamentos continuados e aquisição de utensílios e equipamentos.

O relato do técnico em agropecuária do SIM de Constantina evidencia algumas deficiências do serviço. O mesmo retrata a falta de recursos humanos na equipe, precariedade com que são feitos os registros administrativos, insuficiência dos padrões de inspeção para que o mesmo consiga adesão ao Susaf/RS.

Por que o serviço de inspeção seja federal, estadual ou municipal, as regras não mudam e você tem que ter uma equipe para fazer o trabalho por que além de você fazer um

trabalho prático de inspeção, tem todo um trabalho burocrático de registros, registrar as agroindústrias, os rótulos. Enfim, é um trabalho muito grande, minucioso, que precisa de gente, demanda tempo e a gente não consegue fazer isso até hoje. Por exemplo, até pouco tempo que eu estava na inspeção municipal era só eu, agora a gente tem outro colega que só faz a inspeção no abatedouro, eu estou mais liberado para fazer esse trabalho com as agroindústrias, mas também o meu trabalho não é só inspeção. Eu acredito que a gente tem que melhorar o SIM para poder avançar para um modelo de inspeção regional ou estadual por que do jeito que está é lógico que nós vamos ser barrados, por que se a legislação sanitária abrir as portas, nenhum governo vai ser louco de liberar por que Constantina diz que tem SIM e então nós vamos ser liberados para vender no estado inteiro. Isso é impossível! (Entrevista 09: SIM, Constantina, Abril de 2011).

Três outros problemas em relação ao funcionamento do SIM foram observados. Em municípios com poucas agroindústrias a relação custo/benefício da instalação do SIM é pequena, além de representar um desembolso elevado de recursos financeiros aos cofres públicos, que alguns municípios pobres não possuem. Este é o principal motivo pelo qual mais de 40% municípios do RS não possuem o sistema implantado. Outros municípios copiaram o Decreto-Lei de 1952 que criou o RIISPOA, sendo esta normatização extremamente exigente em padrões técnicos e administrativos, especialmente em estruturas físicas e equipamentos. Com isso, os municípios que pela Lei n. 7.889/89 possuiriam autonomia para legislar sobre a inspeção dos alimentos (já que essa lei diz que são competências concorrentes entre União, estados e municípios), abriram mão dessa capacidade, copiando um regramento federal que é limitante ao desenvolvimento de cadeias curtas das agroindústrias, devido às grandes exigências que estabelece.

Terceiro, a pesquisa de campo mostrou que a maioria das ações municipais de fortalecimento das agroindústrias são efêmeras, dependendo muito das arenas de poder existentes entre os atores locais (Long, 2001). Desse modo, o SIM é sujeito aos interesses destes grupos no poder, podendo ser bem estruturados em locais que possuem estímulos do poder público (por exemplo, em municípios em que há programas municipais de apoio às agroindústrias como Crissiumal/RS) ou serem fechados em outros. Para muitos municípios são mais importantes às políticas de educação, saúde, transporte, entre outras, que são mais visíveis à sociedade local.

Considerações finais

As agroindústrias familiares são experiências que cada vez mais se multiplicam nos espaços rurais brasileiros, oferecendo alimentos alternativos ao “moderno” sistema agroalimentar, especialmente através de cadeias curtas agroalimentares. Entretanto, as agroindústrias enfrentam vários problemas para viabilizar a construção dos seus mercados, sendo o principal a grande informalidade presente no setor. Pesquisas realizadas no RS apontam que mais de 70% das experiências estão informais perante as instituições do Estado que regulam a produção, distribuição e consumo dos alimentos.

O trabalho evidencia que esse alto grau de informalidade deve-se a legislação alimentar montada historicamente no país, que definiu os contornos de sistemas de inspeção higiênico-sanitário de alimentos, que não são adequados à realidade produtiva e socioeconômica das agroindústrias. As legislações federais do Mapa e Anvisa definem a estrutura montada (tamanho da planta, tipos de máquinas e equipamentos, altura de pé direito, etc.) como sinônimo de qualidade dos alimentos processados. Há poucos espaços nestas legislações para os alimentos artesanais, diferenciados, com inovações embutidas, agroecológicos, étnicos, coloniais, entre outros, típicos das cadeias comerciais curtas das agroindústrias familiares.

Mesmo com a promulgação do Suasa em 2006, que pretendia aumentar a formalização das agroindústrias e abrir mercados para além das fronteiras municipais, os avanços observados são pífios. No RS, até 2012, apenas a Cispoa e 5 municípios do estado haviam conseguido adesão ao sistema unificado federal, mostrando as dificuldades que estes possuem para adesão. Um avanço jurídico significativo é a criação do Susaf/RS, contudo, se persistir o contexto atual em que somente 58,46% dos municípios possuem SIM, talvez o sistema estadual esteja fadado ao mesmo mal do federal – a impossibilidade de adesão dos municípios sem SIM. Nos locais sem SIM, não há possibilidade das agroindústrias buscarem formalização, a não ser que se registrem na Cispoa ou SIF, que são sistemas mais exigentes, complexos e custosos às agroindústrias.

Mesmo municípios em que o SIM está funcionando, o mesmo é deficiente, especialmente no que tange a equipes técnicas reduzidas, falta de repasse de recursos das prefeituras, pouco acompanhamento às agroindústrias, falta de prestação de serviços e orientações adequadas. Em muitos municípios há poucas agroindústrias, o que desencoraja o poder público em investir recursos na constituição do SIM. Em outros locais, os atores públicos, estão mais preocupados em investir em iniciativas na área da educação, saúde, transportes, entre outras, mais visíveis politicamente à sociedade local.

A legislação agroalimentar precisa avançar muito ainda para contemplar a diversidade produtiva, cultural, comercial e socioeconômica presente na agricultura e agroindústria familiar. Isso se faz necessário, já que a agricultura familiar é a forma social de produção e trabalho nos espaços rurais brasileiros que é responsável pela maior parte da produção de alimentos visando à segurança alimentar da população, especialmente a nível local, onde a comercialização pelas cadeias curtas agroalimentares é muito relevante neste tipo de iniciativa de transformação de alimentos.

Referências

BRASIL. *Lei 1.283, de 18 de Dezembro de 1950*. Dispõe sobre a inspeção sanitária e industrial dos produtos de origem animal. Brasília: Presidência da República, Casa Civil, 1950. 3 p. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L7889.htm>. Acesso em: 20 maio 2012.

_____. *Decreto 30.691, de 29 de Março de 1952*. Aprova o novo Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal. Brasília: Presidência da República, Casa

Civil. 1952. 123 p. Disponível em: <http://www.mp.ba.gov.br/atuacao/ceacon/legislacao/abate/decreto_30691_1952.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2012.

_____. *Lei 7.889, de 23 de Dezembro de 1989*. Dispõe sobre a Inspeção Sanitária e Industrial dos Produtos de Origem Animal, e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, Casa Civil. 1989. 2 p. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L7889.htm>. Acesso em: 23 jul. 2012.

_____. *Lei 9.712, de 20 de novembro de 1998*. Altera a Lei nº 8.171, de 17 de janeiro de 1991, acrescentando-lhe dispositivos referentes à defesa agropecuária. Brasília: Presidência da República, Casa Civil. 1998. 3 p. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9712.htm>. Acesso em: 10 mar. 2012.

_____. *Decreto nº 5.741/2006*. Regulamenta os artigos 27-A, 28-A e 29-A da Lei nº 8.171, de 17 de janeiro de 1991, organiza o Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, Casa Civil, 2006. 52 p. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5741.htm>. Acesso em: 19 ago. 2012.

_____. *Instrução Normativa nº 36, de 20 de julho de 2011*. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2011. 7 p. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/diarios/33007873/dou-secao-1-08-12-2011-pg-7>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

BRUNORI, G. et al. *Towards a conceptual framework for agricultural and rural innovation policies*. Pisa, 2009. Projeto Insight. 27 p. Manuscrito.

GAZOLLA, M. *Conhecimentos, produção de novidades e ações institucionais: cadeias curtas das agroindústrias familiares*. 295f. Porto Alegre. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Tese (Doutorado). Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Rural, UFRGS, Porto Alegre, 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Censo Agropecuário*. Brasília, 2006. v. 1. 1 CD-ROAM.

LONG, N. *Development sociology: actor perspectives*. Amsterdam: Routledge, 2001. 285p.

MIOR, L. C. *Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural*. Chapecó: Ed. Argos, 2005. 318 p.

MODESTI, S.; CHIERENTIN, J. C. *Monitoramento Socioeconômico das Bases de Comercialização dos produtos da agricultura familiar e da economia solidária (BSC's)*. Boa Vista das Missões, 2010. 72 p. Manuscrito.

PELEGRINI, G.; GAZOLLA, M. *A agroindústria familiar no Rio Grande do Sul: limites e potencialidades a sua reprodução social*. Frederico Westphalen: Editora URI, 2008. 200 p.

PLOEG, J. D. van der. et al. On regimes, novelties, niches and co-production. In: PLOEG, J. D. van der; WISKERKE, J. S. C. (Ed.). *Seeds of transition: essays on novelty production, niches and regimes in agriculture*. Wageningen: Royal Van Gorcum, 2004. p. 1-28. 356 p.

RIO GRANDE DO SUL. *Lei nº 10.691/1996*. Dispõe sobre a Inspeção e Fiscalização dos Produtos de Origem Animal no Estado do Rio Grande Sul. Porto Alegre, 1996. 2 p. Disponível em: <<http://www2.agricultura.rs.gov.br/servicos.php?cod=31>>. Acesso em: 14 jul. 2012.

_____. *Lei nº 13.825/2011*. Dispõe sobre o Sistema Unificado Estadual de Sanidade Agroindustrial Familiar, Artesanal e de Pequeno Porte (SUSAF-RS) e da outras providências. *Diário Oficial do Estado do Rio Grande do Sul*, Porto Alegre, n. 214, p. 1, 04 nov. 2011a. 4 p.

_____. Secretaria da Agricultura, Pecuária e Agronegócio. *Cartinha do Suasa*. Porto Alegre, set. 2011b. 8 p.

ROEP, D.; WISKERKE, J. S. C. Reflecting on Novelty Production and Niches Management in Agriculture. In: PLOEG, J. D. van der; WISKERKE, J. S. C. (Ed.). *Seeds of transition: essays on novelty production, niches and regimes in agriculture*. Wageningen: Royal Van Gorcum, 2004. 356 p.

WILKINSON, J. *Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

WISKERKE, J. S. C.; PLOEG, J. D. van der (Org.). *Seeds of Transition: Essays on Novelty production, Niches and Regimes in Agriculture*. Wageningen: Royal van Gorcum, 2004. 356 p.

Programa de agroindústria familiar do Rio Grande do Sul: histórico e alguns resultados na perspectiva da construção de cadeias agroalimentares curtas

**André Kuhn Raupp
Marcio Gazolla**

Introdução

As transformações evidenciadas na agricultura brasileira a partir de sua modernização implicam no reconhecimento de sua “industrialização”, mesmo que parcial e, por consequência, parte de um processo onde a sua inserção é condicionada por um conjunto de normas que foi desenhado para atender à lógica de funcionamento e coordenação das atividades de produção agroindustrial focando a grande escala (Medeiros, Wilkinson e Lima, 2002). Embora esse “modelo” seja hegemônico, diversas experiências apontam para a construção de alternativas ao mesmo, o que está associado, nas últimas duas décadas, a legitimação de um “novo” grupo social

enquanto demandante de medidas e intervenções públicas, bem como à definição de “novas” estratégias produtivas a serem apoiadas: a agricultura familiar – cuja significação tem suscitado efervescentes discussões no campo acadêmico e político. Neste último, assume a conotação de categoria operacional para a implementação de diversas políticas públicas, dentre as quais as de apoio ao desenvolvimento de estratégias produtivas baseadas em processos agroindustriais.

Segundo Leite (2001), a década de 1990 marca uma virada institucional, uma vez que políticas públicas diferenciadas começam a ser desenhadas. Para Delgado (2001), as políticas ou programas diferenciados de desenvolvimento rural representam tentativas de integração da política agrícola e agrária, sendo usualmente dirigidos a segmentos empobrecidos da agricultura e não integrados à modernização produtiva. A orientação principal é desenhar políticas que atendam às demandas particulares desses públicos, tendo incorporado no período recente também preocupações com a sustentabilidade do processo de desenvolvimento rural. O marco central destas políticas passa pelo fortalecimento da agricultura familiar, sua descentralização e a utilização de princípios da participação social.

O uso da noção de política diferenciada de desenvolvimento rural para caracterizar o Programa da Agroindústria Familiar (PAF) do Rio Grande do Sul (RS) não necessariamente significa a presença de todos os elementos supracitados no programa. A base do argumento está no caráter inusitado que o mesmo assume quanto ao público eleito como prioritário, à concepção de desenvolvimento que lhe é inerente, à estrutura institucional montada para sua implementação e forma com que buscou articular atividades de assistência técnica, formação, gestão e estruturação das agroindústrias, crédito e comercialização. Esse viés extrapola o enfoque setorial de grande parte das políticas voltadas para a agricultura, assumindo a perspectiva de uma intervenção mais direta e incisiva do Estado como forma de viabilizar o desenvolvimento dessa atividade rural.

Outros condicionantes têm justificado os incentivos às iniciativas de agroindustrialização no âmbito da agricultura familiar: a convicção que se generalizou entre as organizações de representação da agricultura familiar de que esta não tinha mais espaço nas grandes cadeias de *commodities* (Wilkinson, 2003; 2008); as consequências do modelo de integração dos agricultores aos interesses agroindustriais; a revalorização da agricultura familiar e da qualidade de vida no campo; a visão de meio rural não como espaço exclusivo de produção agrícola, mas também de produção de outros bens e serviços (Schmidt e Turnes, 2002); e os efeitos potenciais presentes nas cadeias curtas de comercialização (Gazolla, 2012).

No caso do PAF uma das dimensões importantes do mesmo é apoiar a comercialização de alimentos das agroindústrias via cadeias curtas de comercialização, já que esta é a estratégia principal acionada pelos agricultores para inserirem-se nos mercados. Dados de pesquisas recentes (Wilkinson, 2008; Gazolla, 2012) apontam que estas experiências familiares de agroindustrialização acessam as cadeias curtas com mais da metade de toda a quantidade da produção vendida (50,9% de vendas da produção). Dos elementos supracitados deriva o propósito de analisar o PAF em termos de concepções que marcaram o início do programa, sua evolução e resultados.

Para isso, dividiu-se a análise e a estrutura do trabalho por fases do programa, dando maior ênfase à primeira (1999-2002) e à terceira (2011-2014), as mais importantes do ponto de vista das ações realizadas junto às agroindústrias, uma vez que na segunda fase (2003-2010), o programa teve menos interfaces com os agricultores. A análise resgata elementos históricos de como o programa surgiu, seus objetivos e ações. Também analisa as ações mais atuais do PAF (2011-2014), destacando a nova lei que instituiu a política estadual de agroindustrialização e as ações de apoio às agroindústrias familiares daí decorrentes. Por fim, debate-se a contribuição do PAF para a organização e fortalecimento de cadeias curtas de comercialização no espaço rural do RS.

A primeira fase do PAF (1999-2002): o nascimento do programa

A caracterização e discussão do programa nesta fase envolve um conjunto de considerações que foram agrupadas em cinco temas: (a) os marcos de criação e o ideário dos programas; (b) ações de financiamento das agroindústrias; (c) ações de divulgação e comercialização dos alimentos; (d) ações de capacitação, organização e acompanhamento dos agricultores e agroindústrias; (e) os condicionantes da legislação que incidem sobre as agroindústrias.

Os marcos de criação e o ideário do programa

O PAF, anunciado politicamente em julho de 1999 e criado pelo Decreto n. 40.079, de 9 de maio de 2000, teve suas diretrizes construídas com o envolvimento e participação nas discussões de movimentos sociais, entidades de representação e organizações não governamentais. Também valorizou as referências e elementos colhidos de outras experiências de incentivo à agroindustrialização, regionais e nacionais. Dessas discussões resultou o objetivo geral do PAF de:

[...] possibilitar aos agricultores familiares agregar valor aos seus produtos, melhorando a renda e as condições gerais de vida de suas famílias, bem como contribuir para o desencadeamento de um processo de desenvolvimento socioeconômico em nível regional e municipal (Rio Grande do Sul, 1999, p. 4).

A ideia de agregação de valor através da estratégia de agroindustrialização transpõe como o núcleo da proposta do PAF, sendo em torno desta articulada as demais ações do programa (Rio Grande do Sul, 1999). De acordo com documentos relacionados ao programa, o público alvo do PAF foi o conjunto dos agricultores familiares do RS, enquadrados nos moldes do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf). Embora no momento inicial de criação do programa tenha sido feita menção apenas aos agricultores familiares (Rio Grande do Sul, 1999), posteriormente passaram a ser reconhecidos como público também os

agricultores assentados da reforma agrária, indígenas e remanescentes de quilombos (Raupp, 2005).¹

Dentre os agricultores familiares, foram priorizados os que já tinham algum tipo de organização social, pequenas e médias agroindústrias existentes, inclusive, as operando em condições precárias ou inacabadas, bem como agricultores dedicados à produção sem o uso de agroquímicos. A prioridade foi a de tomar as experiências já existentes e proporcionar-lhes um salto qualitativo, mais do que estimular a implantação de novas agroindústrias.

Ao ser lançado, o programa compreendia a agroindústria de pequeno porte como um processo histórico do RS. Partia-se do acúmulo e da realidade já existente, buscando dar ênfase à agregação de valor aos alimentos, concomitante à perspectiva de conferir-lhes qualidade e facilitar o seu acesso a mercados consumidores, especialmente as cadeias agroalimentares curtas. Objetivava-se superar a lógica de produção em que os agricultores atuam unicamente nas etapas de plantio ou criação, tendo nenhum ou pouco poder decisório sobre as etapas de transformação e/ou comercialização.

Do conjunto de princípios acima referidos deriva uma espécie de “tipo ideal” de modelo organizativo, o qual consistia em organizar os agricultores em grupos/associações/cooperativas em torno dos projetos de agroindustrialização e a sua posterior organização em uma rede regional como forma de melhor encaminhar demandas por capacitação, organização contábil, legalização dos produtos, construção de mercados e oferta de um leque diferenciado de serviços (Rio Grande do Sul, 1999). Na medida em que o PAF foi sendo implementado e conformando-se a demanda para as ações disponibilizadas, tal modelo organizativo passou a ser um referencial a ser construído a partir dos agricultores com o apoio do PAF e não uma condição *a priori* para acesso às ações do programa.

Do ponto de vista institucional, o PAF esteve vinculado ao Departamento de Agroindústria, Cooperação e Comercialização (DACC) da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do RS (SAA-RS), ao qual ficou vinculada a equipe de consultores técnicos responsáveis pelo programa. Este departamento respondeu pela gestão do programa, discussão de sua concepção e interlocuções com os outros órgãos estaduais. A coordenação das ações vinculadas ao programa era decidida no DACC e implementada no estado através de comitês regionais, tomando por base a divisão política das 18 Coordenadorias Regionais de Agricultura do RS.

As ações que viabilizaram aportes financeiros para as agroindústrias

O PAF teve como base para o financiamento dos projetos de agroindustrialização a ele vinculados o Fundo Estadual de Apoio ao Desenvolvimento dos Pequenos Estabelecimentos Rurais (Feaper) e o Pronaf através das linhas Agregar, Integrado Coletivo e Investimento. Estes foram os programas cujas linhas de financiamento per-

¹ Evidências das entrevistas e dados sobre os financiamentos concedidos denotam que o acesso desses outros públicos ao programa foi muito pequeno (exceção para alguns projetos financiados em assentamentos da reforma agrária no estado).

mitiram aos agricultores que acessaram o programa montar a infraestrutura de produção de suas agroindústrias (incluindo instalações, utensílios, máquinas e equipamentos).

O PAF, apesar de ser um programa de âmbito estadual e elaborado de acordo com o contexto político local, preconizou originalmente trabalhar acessando os recursos disponibilizados nas linhas do Pronaf, sendo a opção por operar com recursos do Feaper mobilizada somente num segundo momento, dada a então dificuldade de acessar os recursos federais e a falta de recursos do próprio estado do RS. As condições de financiamento foram às mesmas para os projetos financiados pelo Feaper e Pronaf, uma vez que as condições do primeiro foram igualadas às vigentes no segundo (Raupp, 2005). Nesse contexto, à Emater coube a elaboração dos projetos técnicos para financiamento e a prestação de assistência técnica aos beneficiados. Ao Banrisul, como agente financeiro do Feaper, coube cadastrar os beneficiários, contratar as operações e efetuar as cobranças.

O PAF teve como metas atingir em quatro anos cerca de 30.000 famílias, investindo cerca de R\$ 120 milhões. Efetivamente, ao longo desta primeira fase, foram financiadas 214 agroindústrias, com R\$ 6.444.386,71, beneficiando 2.719 famílias. O número de agroindústrias cadastradas no programa chegou a 800. Foram elaborados 373 projetos na busca de recursos para infraestrutura para as agroindústrias. Desse total, 57% (214 projetos) conseguiram ter acesso aos recursos, 30% estavam em fase de contratação ou avaliação pela equipe técnica do PAF (111 projetos) ao fim de 2002, e 13% apresentaram algum tipo de inconsistência técnica ou financeira e não receberam recursos (48 projetos).

Do universo de agroindústrias financiadas, 131 foram grupais, 11 cooperativas e 72 administradas individualmente pelas famílias. Foram 2.114 famílias envolvidas, 75% delas vinculadas a projetos com caráter coletivos ou associativos, mostrando a face do programa em apoiar agroindústrias numa estratégia de cooperação entre grupos e famílias, embora esta tenha sido flexibilizada ao longo do mesmo.

Como cadeias de agroindústrias mais financiadas pelo programa estiveram cana-de-açúcar (43 projetos), doces e conservas (36), panificados e farinhas (30), sucos e beneficiamento de frutas (25), derivados de carne (22), laticínios (20), vinícolas (11) e outras atividades em menores proporções como o mel, mandioca, erva-mate, ovos, cereais.

Mudanças na exigência de que os projetos fossem multifamiliares, redução de 80% para 60% da quantidade mínima de produção da matéria-prima processada pelos proprietários, alteração nos critérios de avaliação dos projetos e abertura para o financiamento em distintos agentes financeiros denotam certa flexibilização do que se havia preconizado inicialmente como ideário do programa, mas não o seu abandono. Tais mudanças representaram uma redefinição de pesos em relação às características da demanda constituída para o programa.

As ações de divulgação e comercialização dos alimentos

O PAF ancorou-se financeiramente também em um dos subcomponentes do RS-Rural denominado de Programa de Apoio a Novos Produtos Agropecuários

(Panpa). No ano de 2001, sofreu reformulações e passou a priorizar o apoio à comercialização direta feita por agricultores familiares, assentados, pescadores profissionais artesanais e povos indígenas. A partir de então, sua coordenação financeira e operacional foi deslocada da SAA-RS para a Central de Abastecimento do RS S/A (Ceasa-RS). Estabeleceu-se um convênio entre Ceasa-RS e a SAA-RS visando mobilizar esforços comuns para a execução de projetos, nas seguintes áreas: comercialização e abastecimento popular; estudos e pesquisas; validações de negócios; e promoção comercial.

Tanto a parceria entre Ceasa-RS e SAA-RS, como a configuração do Panpa, possibilitaram que fosse disponibilizado para os beneficiários do PAF um conjunto de serviços complementares ao crédito de investimento, sem custos para os seus beneficiários, como *kits* para pontos de vendas, materiais para promoção comercial (criação de marcas e rótulos, adesivos, sacolas, bonés, *folders*, *banners*, placas, faixas, cartazes), participação em feiras e eventos, infraestrutura para cura e armazenamento da cebola, financiamento de embalagens, criação de marcas, elaboração de tabela nutricional, disponibilização de código de barras, mediação comercial entre agricultores e vendedores de embalagens. Todas as ações visaram fortalecer as cadeias curtas de comercialização de alimentos das agroindústrias familiares do RS. Estima-se que entre os anos de 1999 e 2002, cerca de 67,5% do valor efetivamente liberado (R\$ 3.552.284,73) no âmbito do programa, direta ou indiretamente, beneficiou as agroindústrias vinculadas ao PAF.

Afora esses aspectos do financiamento das ações de apoio à comercialização, outra ação relevante foi a criação de um selo para identificação dos produtos agroindustriais vinculados ao programa. O selo de qualidade “Sabor Gaúcho” acabou sendo criado como instrumento para identificar os alimentos como pertencentes a uma região geográfica (o “território gaúcho”) e produzidos por agroindústrias de agricultores familiares que atendiam os requisitos básicos de inspeção (Figura 1).



Figura 1 Selo de qualidade e identidade Sabor Gaúcho
Fonte: Rio Grande do Sul (1999).

Para seu uso, a agroindústria precisava se adequar aos critérios de concessão do selo e assinar um contrato com prazo de validade de dez anos. Nessa perspecti-

va, cada agroindústria manteve sua marca, passando o selo a ser um componente a mais no rótulo dos alimentos. Para os agricultores que fizeram uso do selo, ele era um instrumento que assegurava ao consumidor que havia qualidade na fabricação, inspeção, licenciamento e higiene, mas também uma “identidade gaúcha” presente nos alimentos. De acordo com Rio Grande do Sul (2002), foram 1.800 produtos de 126 agroindústrias que utilizaram-se do selo Sabor Gaúcho, beneficiando cerca de 1.312 famílias.

Esta estratégia de promoção comercial supõe a construção social de um referencial de qualidade através de um processo de coordenação entre um grande número de atores que estabelecem formas de qualificar alimentos, técnicas, trabalho e outros mecanismos setoriais (Coutinho, 2003). Dentro dessa visão, o acordo sobre a qualidade baseia-se na mobilização permanente de uma rede de atores heterogêneos. Trata-se de um processo dinâmico de alinhamento de interesses, por vezes divergentes, gerando debates e controvérsias.

Segundo Wilkinson (1999), trabalha-se com a ideia de que os mercados funcionam com base numa definição prévia da qualidade dos alimentos a serem trocados, onde a identificação de tal qualidade requer a intermediação de normas e métodos de avaliação, os quais estão incorporados em instrumentos que representem esses valores. Sendo esta qualidade dificilmente apreciável pelos consumidores, demanda-se a presença de organizações específicas encarregadas de zelar pelo cumprimento de normas técnicas e fornecer os instrumentos de avaliação necessários às transações.

O selo Sabor Gaúcho é ilustrativo dessa dinâmica. Configura-se numa estratégia de indicação de qualidade gerida pelo Estado que articula valores relacionados à lógica industrial de padronização de produtos, na medida em que pressupõe a observação de atributos da legislação sanitária oficial, bem como valores mais subjetivos relacionados à tradição e modo de fazer/produzir da agricultura familiar e do território do RS. Complementarmente, o selo se constitui num instrumento que possibilitou estender os limites geográficos dos tradicionais mercados de proximidade dos produtos das agroindústrias familiares, permitindo aos consumidores que não faziam parte de sua rede social avaliar e reconhecer atributos de qualidade e diferenciação dos produtos.

O investimento na divulgação comercial dos alimentos das agroindústrias também se deu através da criação de espaços em feiras e eventos. Nesse aspecto, foi marcante a participação das agroindústrias familiares na Expointer, de 2001, realizada em Esteio-RS. Além da relevância política desta ação, esta estratégia comercial acabou sendo o marco para a viabilização econômica de inúmeras agroindústrias, quer pela comercialização direta nesses espaços, quer pela divulgação dos produtos e estabelecimento de contatos que posteriormente se materializaram em contratos de comercialização. Constituem-se também num importante espaço de troca de experiências (comercial, técnica, produtiva, organizacional) entre agricultores e destes com os consumidores. De acordo com Rio Grande do Sul (2002), em 2001 e 2002 o apoio direto na organização de feiras e exposições somou um total de R\$ 436.465,00 e beneficiou 4.848 famílias.

As ações de capacitação, organização e acompanhamento das agroindústrias

Desde sua criação, o PAF preconizou a importância da assistência técnica, formação e capacitação (sob os mais diversos aspectos) tanto dos agricultores como dos técnicos envolvidos nas atividades de agroindustrialização. O que era posto como objetivo é que os agricultores assumissem o protagonismo na condução autônoma das agroindústrias, contribuindo assim para a construção de um projeto de desenvolvimento descentralizado e alternativo para a agricultura familiar (Rio Grande do Sul, 1999).

Preconizou-se que a Emater centralizaria essas funções, havendo a possibilidade de estabelecerem-se parcerias com outros órgãos do estado, prefeituras, cooperativas, ONGs. Neste âmbito, no ano de 2000 foram contratadas oito ONGs, em diversas regiões do RS através dos recursos do RS-Rural. As instituições executaram as atividades de sensibilização, incentivo e fortalecimento das iniciativas de agroindustrialização através de cursos, seminários e viagens de intercâmbio, envolvendo diretamente 1.844 pessoas (Rio Grande do Sul, 2002).

Outras atividades no âmbito de processamento de alimentos executadas ao longo de 2000 e 2001 teriam envolvido 1.465 pessoas. No ano de 2002 foram contratados 11 projetos de capacitação realizados nas diversas regiões do RS e envolveram aproximadamente 3.980 pessoas. No ano de 2002, em particular, muitas das atividades foram desenvolvidas no sentido de dar apoio à implementação e gestão dos projetos de agroindústrias familiares já vinculados ao PAF, portanto com uma orientação mais específica à demanda das agroindústrias.

Os condicionantes da legislação incidentes sobre as agroindústrias familiares

As normas que mais diretamente influenciam e condicionam as estratégias de agroindustrialização nos moldes preconizados pelo PAF estão associadas com a legislação sanitária animal/vegetal,² ambiental e fiscal/tributária.

Sem aprofundar os meandros da legislação sanitária, cumpre destacar que a partir do PAF foram elaborados e disponibilizados para algumas cadeias de agroindústrias o que se convencionou chamar de perfis agroindustriais. Trata-se de modelos de plantas agroindustriais mais próximos à realidade dos agricultores e em acordo com as exigências e normas sanitárias para os produtos de origem animal ou vegetal. Foram disponibilizados perfis agroindustriais adaptados para: processamento de frutas e vegetais; cana-de-açúcar e derivados (cachaça, melado e açúcar mascavo); microlaticínio; microabatedouro de bovinos e suínos com fábrica de embutido; casa do mel; filetagem de pescado; e classificação de ovos (Rio Grande do Sul, 2002).

² A legislação sanitária incidente nas agroindústrias não será abordada neste capítulo, dado que há outro capítulo nesta coletânea que discute de forma específica este tema.

Outra linha de atuação no campo legal diz respeito à regularização ambiental das agroindústrias. A partir do programa foi estabelecido convênio entre a Fundação Estadual de Proteção Ambiental Henrique Luis Roessler (Fepam), responsável pelas operações de licenciamento ambiental das atividades de impacto supralocal no RS, SAA-RS e Emater, viabilizando o licenciamento coletivo das agroindústrias através do PAF. A partir desse convênio, os técnicos da Emater passaram a acompanhar e vistoriar as plantas agroindustriais com até 250m² e sua conformidade com a legislação ambiental (com exceção das plantas agroindustriais para a implantação de abatedouros de animais), não cobrando nenhum encargo dos agricultores pelo serviço.

Complementar à legislação ambiental, outro entrave diagnosticado remetia à legislação fiscal/tributária. Nesse caso, o marco institucional que existia demandava que, para comercializar seus produtos de forma regular, toda agroindústria fosse registrada junto à Secretaria Estadual da Fazenda como microempresa, empresa de pequeno porte ou empresa. Além dos aspectos de custos implicados, havia a relutância dos agricultores em registrarem suas agroindústrias numa destas modalidades, pois perderiam a condição de segurados especiais da Previdência Rural.

O mecanismo legal introduzido a partir do PAF foi o Decreto n. 40.248, de 17 de agosto de 2000 e a Instrução Normativa DRP n. 039/00. A partir destes, ficou autorizada a comercialização dos alimentos das agroindústrias através da emissão de Nota do Bloco de Produtor Rural, desde que os agricultores estivessem devidamente cadastrados no PAF e fazendo uso do selo Sabor Gaúcho. Complementarmente, deveriam estar cadastrados na Secretaria da Fazenda como microprodutores rurais e produzindo 100% da matéria-prima agroindustrializada. Com esta ação, viabilizava-se a comercialização via cadeias curtas e outras vendas das agroindústrias, pagando menos impostos ao estado (ICMS).

De acordo com Rio Grande do Sul (2002), foram 58 as agroindústrias devidamente cadastradas e autorizadas pelo DACC a fazerem a comercialização de seus alimentos via Bloco de Produtor, beneficiando cerca de 150 famílias. Nesse aspecto evidencia-se um interessante contraponto entre os setores do governo, uma vez que por um lado a DACC reduzia o percentual mínimo de produção de matérias-primas para a liberação de financiamentos de 80% para 60%, enquanto a Secretaria da Fazenda estabelecia como critério inegociável a produção de 100% da matéria-prima como pré-requisito para a comercialização via Nota de Produtor Rural. Portanto, excluía-se grande parte das agroindústrias vinculadas ao programa dos benefícios advindos desta ação.

A segunda fase do PAF (2003-2010): a inoperância do programa

Na segunda fase do PAF, o mesmo continuou existindo, contudo, sem dotações orçamentárias, estrutura institucional de apoio e equipes técnicas que operacionalizassem as ações. Nesse contexto, o que funcionou foram às concessões do Selo Sabor Gaúcho, atuações pontuais de técnicos da Emater que continuaram trabalhando com

as agroindústrias mesmo sem o apoio oficial dos governos estaduais do período, a realização de alguns cursos de profissionalização de agricultores e a organização para comercialização via cadeias curtas no Pavilhão da Agricultura Familiar na Expointer.³

Ao longo deste tempo, o Pavilhão da Agricultura Familiar se consolidou como um espaço importante do ponto de vista econômico e político para as agroindústrias familiares, na medida em que possibilita: significativas vendas diretas durante os dias da feira; articulação de vendas para os demais meses do ano; integração e troca de experiências organizacionais e tecnológicas entre as agroindústrias familiares expositoras; realização de eventos técnicos e políticos relacionados com a atividade. A feira, com a presença das agroindústrias, sedimentou-se como uma “vitrine” deste perfil de produtos para a sociedade em geral.

A terceira fase do PAF (2011-2014): retomada das ações de agroindustrialização

A terceira fase do programa inicia-se em 2011, com a entrada de novo governo alinhado às demandas da agroindustrialização. Nessa fase, são retomadas muitas das ações do programa e remontadas as estruturas organizacionais e institucionais do PAF, embora um pouco diferentes da primeira fase. O programa também ganha nova face institucional, sendo lotado na nova Secretaria de Desenvolvimento Rural, Pesca e Cooperativismo (SDR), através do Departamento de Agroindústria Familiar, Comercialização e Abastecimento (Daca). A análise conduzida nessa seção concentra esforços nas ações, operacionalização, formas de apoio às agroindústrias e resultados atuais do PAF.

Na fase atual das ações estaduais para as agroindústrias o principal avanço foi a criação da Lei n. 13.921/2012 (Rio Grande do Sul, 2012b), que instituiu a agroindustrialização como política de Estado, na tentativa de finalizar os ciclos oscilativos que caracterizavam a intervenção pública. Essa lei é um avanço para as agroindústrias, uma vez que, “teoricamente”, independente do governo que dirigir o estado, as mesmas possuirão atendimento de suas demandas. Grosso modo, a Lei n. 13.921/2012 estabelece a definição das agroindústrias familiares, objetivos da política estadual para as agroindústrias, instrumentos para intervenção, atribuições da SDR na condução das políticas, necessidade de Comitê Gestor público-privado das ações e fontes de recursos necessários à implementação das políticas.

O Decreto n. 49.341/12 (Rio Grande do Sul, 2012a) vem regulamentar a Lei 13.921/2012.⁴ Este decreto avança em relação ao inicial que criou o PAF em quatro direções principais. Primeiro, ele recria o PAF em outras bases, agora como política de Estado, sendo dotado de estrutura institucional, fontes de recursos financeiros específicos e recursos humanos para o desenvolvimento dos trabalhos. Segundo, institui a

³ Esta fase do PAF ainda carece de estudos mais aprofundados que detalhem sua dinâmica de funcionamento, ações e resultados alcançados.

⁴ Esse novo decreto também revoga o inicial da criação do PAF, o Decreto n. 40.079/2000.

Compra Coletiva/RS, um instrumento de política pelo qual o governo estadual pôde adquirir via recursos públicos a produção das agroindústrias familiares, empreendimentos familiares rurais e da economia popular e solidária. Este é um instrumento parecido com o PAA a nível federal e possui como potencialidade a possibilidade de criar e fortalecer novos circuitos locais e mercados institucionais estaduais para esses alimentos e produtos, como é o caso das cadeias curtas de comercialização.

Terceiro, o decreto direciona a aplicação dos recursos financeiros do programa especialmente para os arranjos produtivos locais, sistemas agroecológicos de produção e possui como premissa o incentivo a criação de cadeias curtas locais entre os atores, consumidores e agroindústrias. Nesse sentido, é exemplo disso os Arranjos Produtivos Locais (APLs), em que em cinco microrregiões foram implementado APLs de agroindústrias familiares (Médio Alto Uruguai, Missões, Celeiro, Vale do Rio Pardo e do Taquari), justamente como estratégia de fortalecimento das ações de agroindustrialização e construção de cadeias curtas agroalimentares. Quarto, ele também reinstalou o selo Sabor Gaúcho como marca oficial dos alimentos fabricados e comercializados pelas agroindústrias familiares do RS, dotando estes produtos de uma identidade cultural, territorial e social. A concessão deste selo de qualidade é gratuita às agroindústrias cadastradas e participantes do PAF/RS.

Segundo o PAF (Rio Grande do Sul, 2012d), para participação no programa o agricultor deve preencher alguns critérios, dentre os principais estão: estar enquadrado como agricultor familiar segundo a Lei Federal n. 11.326/2006; receber acompanhamento da assistência técnica oferecida pelo programa; regularizar o licenciamento sanitário e ambiental do empreendimento; participar do processo de qualificação nas áreas de legislação, gestão, boas práticas de fabricação e *marketing*; usar o selo Sabor Gaúcho nos rótulos dos produtos e, preferencialmente, pertencer a organizações de agricultores familiares que formam cooperativas, grupos coletivos ou associações.⁵ Nota-se que muitas das concepções que estavam na proposta inicial do PAF continuam presentes atualmente – por exemplo, a ideia da ação organizacional coletiva.

Para participar do PAF o agricultor deve seguir um fluxo operacional existente no programa. Com a inclusão, a agroindústria beneficia-se de serviços como participação em cursos, eventos de comercialização, uso do selo Sabor Gaúcho, serviços de assistência técnica e comercialização com Nota de Produtor Rural.

Ressalta-se que para inclusão no PAF a agroindústria já deve possuir o licenciamento ambiental, sanitário e laudo de potabilidade da água devidamente aprovados. Esta última exigência é vista como contraditória pelos atores sociais, à medida que ela é a principal dificuldade das agroindústrias – a formalização – e o programa só as inclui se as agroindústrias (sozinhas ou coletivamente) já cumprirem as formalidades ambientais e sanitárias. Neste sentido, o PAF poderia disponibilizar este apoio às ini-

⁵ Quando a agroindústria for composta por grupo de agricultores, a organização deverá apresentar no mínimo 70% de seus integrantes com Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP). A organização deve realizar gestão participativa e transparente da unidade, com reuniões periódicas de seus membros; o grupo deve utilizar pelo menos 70% de matéria-prima produzida pelos seus membros; a agroindústria deve situar-se nas comunidades rurais onde residam os componentes do grupo ou próximo a elas.

ciativas de forma conjunta e não cobrar das mesmas estes licenciamentos para somente depois incluí-las no programa. Essa forma de proceder tem gerado dificuldades de formalização das experiências.

Segundo estimativas do Daca, até dezembro de 2011 existiam no RS em torno de 7.700 agroindústrias familiares atuando na informalidade frente aos órgãos de regulação dos alimentos. A maioria destas experiências informais está nas cadeias de lácteos, cárneos (embutidos e abatedouros) e derivados de cana-de-açúcar, devido as maiores exigências em seus processos de legalização. As agroindústrias formais são aproximadamente 560. A meta do PAF é de colocar na formalidade em torno de 2.000 agroindústrias das 7.700 identificadas, no período de quatro anos (2011-2014).

Dados do Daca de 2014 mostram que o PAF conseguiu cadastrar 2.103 agroindústrias nos últimos 4 anos (2011-2014), o que é um número elevado, frente as 7.700 iniciativas que as estimativas apontam existir em todo o RS (Tabela 1). Isso seria em torno de um terço (27,31%) do número de experiências existentes no estado. Entretanto, quando se analisa o número de agroindústrias incluídas no PAF, verifica-se que as mesmas somam apenas 520 iniciativas, em torno de um quarto (24,7%) das que foram cadastradas, mantendo-se bem abaixo da meta de formalizar 2.000 experiências em 4 anos (incluir no PAF).

TABELA 1
Número de agroindústrias cadastradas e incluídas no PAF
por regional da Emater/RS

Nº	Reginal Emater	Nº de agroindústrias cadastradas (C)	Nº de agroindústrias incluídas (I)	C x I (%)
1	Bagé	64	6	9,4
2	Caxias do Sul	313	103	32,9
3	Lajeado	180	65	36,1
4	Passo Fundo	148	47	31,8
5	Pelotas	78	16	20,5
6	Porto Alegre	176	26	14,8
7	Santa Maria	146	31	21,2
8	Santa Rosa	286	48	16,8
9	Erechim	180	48	26,7
10	Ijuí	200	41	20,5
11	Soledade	187	54	28,9
12	Frederico Westphalen	145	35	24,1
Total		2.103	520	24,7

Fonte: Rio Grande do Sul (SDR/Daca, 2014).

Estes percentuais de agroindústrias inclusas sob o de cadastradas é variável por regional da Emater (Tabela 1). A regional de Lajeado possui o maior percentual de agroindústrias inclusas no PAF, em torno de 36,1%. Ela é seguida pela regional de Caxias do Sul (32,9%), Passo Fundo (31,8%) e Soledade (28,9%), as três outras regionais com maiores percentuais de experiências inclusas no programa. Com percentuais intermediários a estas regiões, aparecem Erechim (26,7%), Frederico Westphalen (24,1%), Santa Maria (21,2%), Pelotas (20,5%) e Ijuí (20,5%). As demais regionais aparecem com percentuais menores de 20% de inclusão de agroindústrias no PAF, sendo que Santa Rosa possui 16,8%, Porto Alegre 14,8% e Bagé 9,4%.

Importante observar que o maior número de agroindústrias inclusas no PAF não segue a espacialização das experiências existentes nas diferentes regiões do estado. Os dados do IBGE (2006) mostram que o maior número de agroindústrias no RS está, grosso modo, na região norte do mesmo (microrregiões de Frederico Westphalen com 14,2% das iniciativas, Sananduva com 9,64% e Erechim com 6,58%), que somadas atingem 30,42% das experiências do estado. Entretanto, os dados do PAF evidenciam que o maior número de agroindústrias inclusas está nas regiões da Serra Gaúcha e parte do Planalto Médio. Isso demonstra certa falta de correlação dos dados do PAF com os locais de maior existência de iniciativas.

Quando perguntado sobre a importância das ações públicas que estão sendo implementadas, o diretor do Daca revela algumas estratégias pelas quais é possível captar os motivos governamentais estratégicos em destinar incentivos para as agroindústrias (agregar valor aos alimentos na totalidade da sua cadeia produtiva, manter as pessoas em seus municípios, servir de exemplo a outros agricultores e aos próprios municípios e incentivar processos de geração de renda para as famílias). O trecho da entrevista é ilustrativo:

Eu acho que para agregar valor a produção é o básico, se você não conseguir transformar você está entregando boa parte da sua renda para alguém. Se você conseguir fazer toda a sua cadeia, você tem o seu valor e a sua sustentabilidade. E você consegue dar sustento há muitos mais. E fora isso você vai criar compradores de fora, por exemplo, alguns municípios você cria o sustento dentro do próprio município. Os municípios nem abriam os olhos para isso ainda, por que se você consegue fomentar 3 ou 4 agroindústrias, por que a nossa cultura europeia é muito assim “você tem que ver para crer”. Então se conseguir fomentar umas, depois as outras pessoas vão atrás também. Depois de nós abrimos o caminho os próprios executivos [refere-se às prefeituras] vão abrir os olhos e aí elas andam sozinhas. Vamos ter muitos filhos retornando para casa para ajudar (Entrevista 20: SDR/Daca, Porto Alegre, dezembro de 2011).

Segundo o PAF (Rio Grande do Sul, 2012c), as principais ações de fortalecimento das agroindústrias familiares desenvolvidas atualmente pelo programa podem ser assim resumidas: (a) prestação de assistência técnica e elaboração de projetos financeiros, sanitários e ambientais para a implantação e formalização de agroindústrias de derivados animais, vegetais e bebidas; (b) concessões de financiamentos para investimento e capital de giro para as agroindústrias, via Feaper e Pronaf; (c) formação e qualificação na área de alimentos, com o desenvolvimento de cursos em

Centros de Treinamento da Emater; (d) concessão do selo Sabor Gaúcho sem custos adicionais; (e) para microprodutores rurais que produzem alimentos artesanalmente, há a possibilidade de comercialização pelo Talão de Produtor Rural, pagando menores taxas de ICMS.

Além disso, (f) há apoio à comercialização dos alimentos em mercados institucionais, feiras e outros pontos de venda diretos de alimentos da agricultura familiar. Um exemplo disso é a presença na Expointer. Em 2011 foram 169 agroindústrias de diferentes cadeias produtivas que contaram com o apoio da SDR, Emater e PAF para participar da feira. Em 2012 esse número aumentou para 191 agroindústrias presentes. Também foram organizadas em 2012 três edições da Feira das Agroindústrias Familiares, duas em frente ao Palácio Piratini e uma no Parque Farroupilha, em Porto Alegre, que contaram com a presença de mais de 200 agroindústrias participantes de todo o RS. Estas ações são fundamentais na construção de cadeias curtas de comercialização direta com os consumidores destes alimentos; (g) também há continuidade no apoio ao licenciamento ambiental para as agroindústrias familiares que possuem tamanho menor do que 250 m²; e (h) apoio na elaboração de rótulos para os diferentes tipos de alimentos.

Com relação ao orçamento anual e recursos para realizar investimentos nas agroindústrias, observa-se uma dupla lógica nas ações postas em prática pelo PAF. De um lado, o programa utiliza as linhas de financiamentos já existentes a nível federal, como são os casos dos Pronaf Mais Alimentos, Investimento, Agroindústria e Crédito para Custeio e Comercialização para as Agroindústrias. Nesse caso, há uma aproximação e integração das ações estaduais de agroindústria com as federais, sendo que o PAF isenta-se de alocar recursos próprios para as agroindústrias. De certa forma, essa estratégia também reflete a crise financeira por que passa o Estado do RS.

Por outro ângulo, o PAF possui seus próprios instrumentos de financiamento para as agroindústrias. Segundo informações do Daca, há a disponibilidade de R\$ 1.820.000,00 anuais para o financiamento de projetos pelo Feaper, com um limite de R\$ 10.000,00 por agroindústria. Ainda aparece uma rubrica relativa ao apoio financeiro à realização de feiras municipais para as agroindústrias familiares, envolvendo a destinação de R\$ 67.500,00. Somando-se essas duas rubricas, têm-se R\$ 1.887.500,00 anuais para aplicação nas ações de agroindustrialização. Um volume pequeno de recursos frente às 7.700 agroindústrias a serem formalizadas no RS. Mesmo que considere-se dividir esses valores (R\$ 1.820.000,00) apenas pelas 2000 agroindústrias que estão como meta serem viabilizadas em 4 anos (2011-2014) (500 agroindústrias/ano), cada uma delas receberia apenas R\$ 3.640,00. Trata-se de um valor pequeno para as mesmas reproduzirem-se dentro dos parâmetros mínimos exigidos pelas instituições reguladoras de alimentos e as próprias necessidades de manutenção das experiências.

O restante das ações descritas acima não possuem orçamentos claros, pois a maioria delas utiliza-se de estruturas institucionais já existentes. Uma delas é a Emater, a instituição mais importante na operacionalização do PAF em suas várias etapas e ações. O papel da Emater é central na execução das ações devido ela ser uma instituição capilarizada nos municípios gaúchos. O site da Emater (2012), na área

de agregação de valor aos alimentos, resume algumas destas ações que estão sendo desenvolvidas pela instituição.

A área assiste a elaboração de perfis de agroindústria; a elaboração de projetos de crédito, sanitário e ambiental; a formação de beneficiários em gestão agroindustrial, boas práticas de fabricação e tecnologia de processamento dos alimentos; orientação nas legislações previdenciária, sanitária, tributária e ambiental; e a elaboração de rótulos e o apoio à comercialização.

Outras ações atuais do PAF compreendem a realização de 17 seminários regionais sobre as políticas estaduais de agroindustrialização, para mobilização e discussão do programa com os atores e agricultores. Nestes espaços também são apresentados a lei que instituiu a política estadual para as agroindústrias e Susaf, além de ser realizado um levantamento das demandas das agroindústrias existentes em cada uma das regiões específicas. Outra frente de ação do PAF é com relação a realizar mudanças em legislações já existentes ou proposição de novas regras. Esses trabalhos estão sendo conduzidos junto com a Coordenadoria de Inspeção de Produtos de Origem Animal (Cispoa), Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), universidades, organizações dos agricultores, Emater e outras entidades do setor.

Como exemplo de uma ação em andamento, cita-se a aprovação de uma nova normativa para as microqueijarias artesanais do RS, que produzem queijos coloniais a partir de leites crus. Até o momento, esses queijos não são aceitos como aptos ao consumo e comercialização pelos serviços de inspeção como Cispoa e Serviço de Inspeção Federal (SIF), pois estes exigem que o leite seja pasteurizado. Esse novo marco normativo posto em prática é um avanço, já que será possível aos agricultores comercializarem esses alimentos diferenciados em todo o RS, assim como já ocorre com o chamado “queijo serrano”, na região da Serra Gaúcha (Cruz e Menasche, 2011), e na Europa com outros queijos confeccionados a partir de leites não pasteurizados de diversas espécies de animais, como cabras, ovelhas, bovinos e outras (Benvenuti et al., 2004).

Considerações finais

No âmbito do PAF, a opção pela transformação/beneficiamento dos produtos da agricultura familiar é colocada como caminho para a promoção de desenvolvimento rural sustentável e estratégia produtiva para a viabilização de pequenas propriedades familiares através da agregação de valor. Trata-se de uma atividade produtiva sinérgica com o desenvolvimento rural sustentável, especialmente em termos de construção e fortalecimento de circuitos curtos e descentralizados que reconectam a agricultura e a sociedade em geral, mais especificamente a produção e o consumo.

No entanto, diversos trabalhos têm enfatizado uma série de características internas e condicionantes externos que denunciam a fragilidade estrutural das experiências em andamento no seio da agricultura familiar. Os trabalhos de Vieira (1998),

Schmidt e Turnes (2002), Prezotto (2002), Wilkinson (2008), Pelegrini e Gazolla (2008), Gazolla e Schneider (2014), são ilustrativos em termos de prós e contras das iniciativas de agroindustrialização.

Isso coloca como um desafio às políticas de apoio às iniciativas de agroindustrialização, nos moldes aqui tratados, extrapolar a oferta de crédito como principal instrumento de apoio ao seu desenvolvimento, sob pena de formar o que se usou denominar de um “círculo vicioso”, onde a busca da formalização implica em endividamento, que por sua vez leva ao aumento de escala das agroindústrias, que gera pressão sobre aumento da força de trabalho contratada de fora e aquisição de maiores quantidades de insumos e matérias-primas para os seus processos de produção (Gazolla e Schneider, 2014).

Tal processo pode vir a descaracterizar a agroindustrialização realizada em bases familiares, já que estas experiências tendem a funcionar processando suas próprias matérias-primas, utilizando-se do trabalho dos membros da família. Além disso, estas agroindústrias podem vir a perder o seu maior trunfo, que é a capacidade criativa de diferenciar os produtos e alimentos, pois começam a processar alimentos com padrões idênticos aos das grandes indústrias alimentares, bem como a capacidade de diversificação da produção e dos usos que realizam com seus recursos existentes (terra, força de trabalho, tecnologias, etc.).

Especificamente em relação ao PAF, dentre as principais ações efetuadas ao longo de sua trajetória histórica, destaca-se a concessão de crédito rural para as agroindústrias, recursos para embalagens, vendas com Notas do Bloco do Produtor Rural, fornecimento de cursos e assistência técnica através da Emater, fornecimento gratuito de códigos de barras, concessão do selo Sabor Gaúcho, apoio na construção dos mercados (especialmente de vendas diretas), apoio na formalização institucional de agroindústrias, licenciamento ambiental, fiscal e jurídico das agroindústrias que possuem até 250m². Entretanto, o programa sofreu descontinuidades de suas ações, devido às trocas de gestão do estado e os entendimentos diferenciados dos atores sociais então no poder sobre a importância das ações junto às agroindústrias. Com a aprovação de lei que estabelece a política estadual de agroindustrialização, em 2011, é provável que as ações tenham um caráter mais permanente e continuado.

Em suma, trata-se de um programa centrado no fortalecimento das agroindústrias e suas ações abrangem várias frentes e dimensões dos processos familiares de agroindustrialização. Decorre disso sua natureza diferenciada, conforme sugerido anteriormente e sua contribuição efetiva para a construção e fortalecimento de cadeias curtas de comercialização.

Referências

BENVENUTI, B. et al. *Latte vivo: il lungo viaggio del latte dai campi alla tavola: prospettive dopo il parmacrack*. Reggio Emilia: Dibiasis, 2004. 178 p.

COUTINHO, E. P. Construção social da qualidade da cachaça artesanal mineira. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 41. *Anais...* CD. Juiz de Fora: [s/n], 2003.

CRUZ F. T.; MENASCHE, R. “Se o leite é cozido, o queijo não é Serrano”: tradição, conhecimento e discurso instituído. In: COLÓQUIO AGRICULTURA FAMILIAR E DESENVOLVIMENTO RURAL, 3, Porto Alegre. *Anais...* v. 1, 2011. 21 p. 1 CD-ROM.

DELGADO, N. G. Política econômica, ajuste externo e agricultura. In: LEITE, S. (Org.). *Políticas públicas e agricultura no Brasil*. Porto Alegre: Ed. da Universidade, 2001, p. 15-52.

EMPRESA DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA E EXTENSÃO RURAL DO RIO GRANDE DO SUL (EMATER). *Agroindústria familiar*. Porto Alegre, 2012. Disponível em: <<http://www.emater.tche.br/site/area/agroindustria.php>>. Acesso em: 13 ago. 2012.

GAZOLLA, M. *Conhecimentos, produção de novidades e ações institucionais: cadeias curtas das agroindústrias familiares*. 295f. 2012. Tese (Desenvolvimento Rural). Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. As políticas e programas públicos de apoio às agroindústrias: uma análise do PRONAF e do PAF/RS. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 52., Goiânia, 2014. *Anais...* [s/l]: [s/n], 2014. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/>>. Acesso em: set. 2014, 20p.

LEITE, S. Padrão de financiamento, setor público e agricultura no Brasil. In: LEITE, S. (Org.). *Políticas públicas e agricultura no Brasil*. Porto Alegre: Ed. da Universidade, 2001, p. 53-94.

MEDEIROS, J. X.; WILKINSON, J.; LIMA, D. M. A. O desenvolvimento científico-tecnológico e a agricultura familiar. In: LIMA, D. M. A.; WILKINSON, J. (Org.). *Inovação nas tradições da agricultura familiar*. Brasília: CNPQ/Paralelo 15, 2002, p. 23-38.

PELEGRINI, G.; GAZOLLA, M. *A agroindústria familiar no Rio Grande do Sul: limites e potencialidades a sua reprodução social*. Frederico Westphalen: Editora da URI, 2008, 200p.

PREZOTTO, L. L. Legislação Sanitária: limitações e possibilidades para a pequena agroindústria. In: CURSO DE IMPLEMENTAÇÃO DE PROGRAMAS DE PROGRAMAS DE VERTICALIZAÇÃO DA PEQUENA PRODUÇÃO FAMILIAR, 7., Aprove, Brasília, agosto de 2002, p. 10-24.

RAUPP, A. K. *Políticas Públicas e Agroindústrias de Pequeno Porte da Agricultura Familiar: considerações de Experiências do Rio Grande do Sul*. 245 f. 2005. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

RIO GRANDE DO SUL. *Programa da Agroindústria Familiar*. Porto Alegre, 1999. Trabalho não publicado.

_____. *Programa da Agroindústria Familiar – Balanço 1999-2002*. Porto Alegre, 2002.

_____. Lei nº 13.825/2011. Dispõe sobre o Sistema Unificado Estadual de Sanidade Agroindustrial Familiar, Artesanal e de Pequeno Porte (SUSAF-RS) e da outras providências. *Diário Oficial do Estado do Rio Grande do Sul*, Porto Alegre, n. 214, p. 1, 04 nov. 2011. 4 p.

_____. Decreto nº 49.341/2012. Cria o Programa de Agroindústria Familiar do Estado do Rio Grande do Sul, institui o selo de marca de identificação “Sabor Gaúcho” e dá outras providências. *Diário Oficial do Estado do Rio Grande do Sul*, Porto Alegre, n. 130, p. 4, 6 jul. 2012a. 4 p.

_____. *Lei nº 13.921/2012*. Institui a Política Estadual de Agroindústria Familiar no Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012b. 4 p. Disponível em: <http://www.ioab.com.br/noticiadb.asp?area=interesse_publico¬icia=213169>. Acesso em: 19 ago. 2012.

_____. Secretaria do Desenvolvimento Rural, Pesca e Cooperativismo. Programa de Agroindústria Familiar. *Folder do PAF*. Porto Alegre, 2012c. 16 p.

_____. Secretaria do Desenvolvimento Rural, Pesca e Cooperativismo. Programa de Agroindústria Familiar. *Manual Operativo*. Porto Alegre, ago. 2012d. 26 p.

_____. Secretaria de Desenvolvimento Rural (SDR). Departamento de Agroindústria Familiar, Comercialização e Abastecimento (DACA). *Banco de dados Sabor Gaúcho*. 2014.

SCHMIDT, V. D. B.; TURNES, V. A. Novas iniciativas de desenvolvimento em Santa Catarina: Agroindustrialização em rede – Desenvolver. In: LIMA, D. M. A.; WILKINSON, J. (Org.). *Inovação nas tradições da agricultura familiar*. Brasília: CNPQ/Paralelo 15, 2002, p. 127-154.

VIEIRA, L. F. Agricultura e agroindústria familiar. *Revista de Política Agrícola*, ano VII, n. 1, p. 11-23, jan./fev./mar. 1998.

WESZ JÚNIOR, V. J. Políticas públicas de agroindustrialização: uma análise do Pronaf Agroindústria. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE DE ECONOMIA, SOCIOLOGIA E ADMINISTRAÇÃO RURAL, 47., Porto Alegre. *Anais...* v. 1, 2009. 21 p. 1 CD-ROM.

WILKINSON, J. A contribuição da teoria francesa das convenções para os estudos agroalimentares – algumas considerações iniciais. *Ensaio FEE*, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 64-80, 1999.

_____. A pequena produção e sua relação com os sistemas de distribuição. *Seminário Políticas de Seguridad Alimentaria y Nutrición en América Latina*. Campinas, Brasil. Outubro de 2003.

_____. *Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar*. Porto Alegre: Ed. da UFRGS/Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Rural, 2008.

Políticas públicas de agregação de valor e as cadeias curtas: um olhar sobre o Pronaf-Agroindústria

Valdemar João Wesz Junior

Introdução

A partir do processo de democratização no Brasil, ficou evidente uma reorganização na agenda das políticas públicas direcionadas ao meio rural e à entrada de novos personagens na cena política, em especial os movimentos sociais e sindicais. Além de proporcionar a incorporação da demanda de alguns atores tradicionalmente excluídos dos programas governamentais, esse contexto apontou para o reconhecimento e legitimação do Estado em relação a algumas categoriais sociais que estavam até então alijados de qualquer instrumento de apoio existente. Ao romper com o padrão e com a trajetória histórica de intervenção para o campo, os últimos quinze anos do século XX tornam-se palco de um novo cenário das políticas públicas brasileiras direcionadas ao meio rural.

Nesse sentido, muitas inovações podem ser citadas a partir da implementação das políticas diferenciadas, principalmente pela inclusão de novos públicos beneficiários (pequenos proprietários rurais, agricultores sem terra, indígenas, quilombolas, pescadores, mulheres e jovens rurais); pela introdução de uma nova forma de gestão das

políticas governamentais (dimensão territorial, participativa e descentralizada); pela criação de novos focos de intervenção (combate à pobreza, promoção da segurança alimentar, apoio à infraestrutura, disponibilização de serviços básicos, redução dos impactos ambientais, etc.); e pela inclusão de novas atividades e ocupações (agroindustrialização, artesanato, turismo rural, biocombustível, etc.).

Uma das atividades produtivas que ganhou espaço nas políticas públicas direcionadas ao meio rural a partir da segunda metade da década de 1990 foi a agroindustrialização em pequena escala. Essa ocupação passou a entrar na agenda de intervenção a partir da “convicção que se expandiu entre as organizações de representação da agricultura familiar de que esta não havia mais espaço nas grandes cadeias de *commodities*, dada a tendência de exclusão ou a insuficiência dos níveis de renda gerados” (Raupp, 2005, p. 1). Entretanto, o reconhecimento da agroindústria enquanto uma atividade fundamental na reprodução social da agricultura familiar não ficou restrito à pauta de discussão dos movimentos sociais, pois esta percepção passou a ser enfatizada em diversos espaços acadêmicos e político-governamental.

O reconhecimento da agroindústria familiar¹ enquanto uma estratégia de reprodução dos agricultores está vinculado com o seu caráter diferenciado, pois nesta atividade a inserção mercantil acontece de um modo distinto dos esquemas tradicionais de produção de *commodities*, uma vez que os produtores passam a desenvolver de forma conjunta a produção da matéria-prima, a agroindustrialização da produção e a comercialização do produto final (Maluf, 2001). Esta perspectiva ganhou mais projeção diante da reestruturação dos mercados agroalimentares, onde se tornou crescente a demanda por produtos orgânicos, com denominação de origem e da agricultura familiar, que passaram a ser associados à tradição, à natureza, ao artesanal e ao local – conjunto de valores agora premiado pelo mercado consumidor (Wilkinson, 2008; Niederle, 2009). Este contexto destaca a valorização dos produtos das pequenas agroindústrias, oferecendo aos agricultores de base familiar a oportunidade de adentrarem em mercados de nichos específicos.

Paralelamente, a venda direta da produção, com o mínimo de intermediários entre produtor e consumidor, tem ganhado visibilidade. Este processo, chamado pela literatura de cadeias curtas, se expressa de diferentes formas: venda de “porta em porta”, feiras de produtores rurais, grupos de consumidores, vendas ao setor público (PAA e PNAE), consumo na propriedade (por exemplo, agroturismo), hortas comunitárias, etc. (Cepal, 2014; Schmitt, 2011). Segundo dados do Censo Agropecuário de 2006, as cadeias curtas são um importante meio de comercialização dos produtos das agroindústrias familiares, pois mais de 30% dos sucos, licores, vinho, melado, manteiga e geleia são vendidos diretamente ao consumidor (IBGE, 2010). Para além dos múltiplos benefícios que as cadeias alimentares curtas possam proporcionar (circula produtos com qualidades diferenciadas, valoriza a origem dos alimentos e o seu vínculo com o território, estimula relações de confiança e reciprocidade entre os atores, etc.), trata-se de uma

¹ Agroindústria familiar se refere às “formas de organização em que a família rural produz, processa e/ou transforma parte de sua produção agrícola e/ou pecuária, visando, sobretudo, a produção de valor de troca que se realiza na comercialização” (Mior, 2005, p. 191).

estratégia importante de viabilização da agroindústria familiar ao utilizarem processos comerciais que aumentam seus ganhos econômicos e sua autonomia (Ploeg, 2003).

Diferentes pesquisas analisaram as agroindústrias familiares e destacaram a sua importância na geração de empregos no campo, no acréscimo da renda das famílias, na minimização da vulnerabilidade econômica dos agricultores, na redução do êxodo, na preservação das tradições locais, no fortalecimento do mercado de proximidade e na produção agroindustrial sobre bases mais sustentáveis (Wilkinson, 1999, 2008; Oliveira, Schmidt e Schmidt, 2000; Oliveira, Prezotto e Voigt, 2002; Prezotto, 2002, 2005; Maluf, 2001, 2004; Mior, 2005; Raupp, 2005; Santos e Ferreira, 2006; Pelegrini e Gazolla, 2008). Além disso, Maluf (2001) destaca que o beneficiamento da produção realizada pelos próprios agricultores tem papel ímpar no enfrentamento da oligopolização dos mercados e na redução dos preços presentes no sistema agroalimentar.

É importante destacar que não estamos nos referindo a uma atividade sem expressividade numérica ou com baixa importância econômica para o meio rural brasileiro. Os dados do Censo Agropecuário de 2006 ressaltam que 16,7% estabelecimentos rurais no Brasil beneficiam e/ou transformam algum tipo de matéria-prima, com destaque à farinha de mandioca, geleias/doces, melado, rapadura, embutidos, queijo, cachaça, vinho, sucos, etc. (IBGE, 2010). Em termos de valor total da venda, os produtos da agroindústria somavam R\$ 3,03 bilhões em 2006 (Waquil et al., 2014).

A grande abrangência da agroindústria familiar no meio rural brasileiro, sua expressividade nas receitas nacionais e sua importância nas estratégias de desenvolvimento para o campo, assim como as pressões e lutas dos movimentos sociais e sindicais, tornaram essa iniciativa produtiva objeto de incentivo das políticas públicas. Para tanto, foi criado, dentro do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar, uma linha específica de crédito direcionada à implantação, apoio e fortalecimento de agroindústrias rurais (Pronaf-Agroindústria). O objetivo deste trabalho é analisar as transformações ocorridas entre 1998/1999 e 2014/2015 nesta linha de crédito, com destaque às condições de financiamento e ao público-alvo, e a sua interface com as cadeias curtas.

Para o desenvolvimento da pesquisa foram consultados documentos bibliográficos que discutem a temática da agroindustrialização na agricultura familiar, seguido por um levantamento, em fontes oficiais, sobre as políticas públicas nacionais voltadas à agregação de valor no meio rural. Teve grande importância os Planos Safra da Agricultura Familiar publicados pela Secretaria da Agricultura Familiar (SAF), do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), bem como as resoluções sobre crédito rural do Banco Central do Brasil (BCB). Também foram realizadas, em 2008, entrevistas com três gestores envolvidos na elaboração e gestão dessa linha de crédito.

A criação de linhas de crédito rural para as agroindústrias familiares na escala federal

A construção de linhas de crédito para o financiamento de pequenas agroindústrias teve diferentes motivações, como a necessidade de incentivar novas alterna-

tivas econômicas para os agricultores familiares, a forte demanda dos movimentos sociais pela implementação dessa iniciativa produtiva,² a experiência do Programa de Verticalização da Pequena Produção Agrícola do Distrito Federal (Prove/DF),³ a proliferação de uma série de estudos e pesquisas acadêmicas que destacavam a importância da agroindustrialização na agricultura familiar enquanto uma estratégia de desenvolvimento para o espaço rural,⁴ as dificuldades que estes empreendimentos sentiam frente a inexistência de uma linha de crédito específica para a atividade, etc. Diante desse conjunto de fatores que apontavam para a necessidade de ações governamentais de apoio às agroindústrias familiares, duas modalidades foram criadas na esfera federal: o Pronaf-Agroindústria e o Pronaf-Agregar.

O “Pronaf-Agroindústria: Integração, Agroindustrialização e Comercialização da Produção da Agricultura Familiar” surgiu em 1998 e foi coordenado pela Secretaria de Desenvolvimento Rural (SDR), vinculada ao Ministério da Agricultura e Abastecimento (MA). Além de uma linha de crédito para investimento, o programa definiu outros instrumentos que pudessem amenizar os principais problemas da atividade de beneficiamento da produção agropecuária: mudança nas normas da legislação sanitária, investimentos em tecnologias adaptadas às características da pequena agroindústria, oferta de assistência técnica e capacitação aos agricultores nas áreas de gestão organizacional, qualidade do processamento e comercialização do produto (MA, 1998). É importante destacar que o Pronaf-Agroindústria tinha uma proposta voltada à formação de conglomerados de agroindústrias familiares cuja abrangência deveria ser intermunicipal e os empreendimentos precisavam estar integrados a uma central de apoio gerencial (responsável pela qualidade do processamento e pelas ações de *marketing*, comercialização e distribuição). Assim, todos os projetos encaminhados ao Pronaf-Agroindústria teriam que incluir a participação de vários estabelecimentos e a constituição de uma unidade de administração regional, não sendo possível o encaminhamento de propostas individuais, pois a avaliação acontecia com base no conjunto de atores locais envolvidos.

Já o Pronaf-Agregar (Agregação de Renda à Atividade Rural) foi criado “no primeiro semestre de 1999 pelo Banco do Brasil, como uma cópia do Pronaf-Agroindústria, se assemelhando muito com ele, o que causou uma série de confusões entre ambas as linhas” (gestor do programa). Entretanto, diferenciava-se pela possibilidade de realizar financiamentos individuais, enquanto que no Pronaf-Agroindústria só eram contratados projetos que estivessem estruturados em redes.

² A necessidade de uma linha do Pronaf voltada às agroindústrias familiares “estava na pauta da Federação dos Trabalhadores da Agricultura Familiar (Fetraf-Sul), Federação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (Contag), Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA)” (gestor do programa).

³ O Prove, que foi implementado entre 1995 e 1998 no Distrito Federal, foi a primeira iniciativa governamental direcionada especificamente à criação de pequenas propriedades familiares (Oliveira, 2000).

⁴ Dentre os estudos precursores em nível de Brasil nesse debate pode-se destacar Azevedo, Colognese e Shikida (2000), Belik (2004), Del Grossi e Graziano da Silva (2000), Prezotto (1999), Vieira (1998), Wilkinson (1999) e Mior e Wilkinson (1999).

Embora com uma proposta bem articulada, o Pronaf-Agroindústria não operacionalizou e não apoiou nenhum empreendimento. Um dos elementos que contribuiu para esse resultado foi o momento de transição das ações da agricultura familiar, visto a criação do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) em 1999, que foi desmembrado do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa). Em paralelo, houve “uma clara demonstração de falta de interesse dos agentes financeiros em implementar o Pronaf-Agroindústria” (Mior, 2005, p. 167). Isso se deve ao fato do Banco do Brasil direcionar o financiamento via Pronaf-Agregar, já que foi criado pela própria instituição, além da linha ser mais flexível e aceitar os projetos individuais.

Apesar de terem sido criadas duas linhas de crédito de investimento para as agroindústrias familiares, somente o Pronaf-Agregar entrou em exercício de forma efetiva, o qual foi operacionalizado de 1999 até o final de 2002. Em 2003, com a entrada do Governo Lula, o Pronaf-Agregar foi mantido, mas renomeado, e passou a se chamar de Pronaf-Agroindústria (apesar do mesmo nome, é importante destacar que não se trata daquela linha criada em 1998, pois são mantidas as características do Pronaf-Agregar, como o financiamento de projetos individuais). A partir de 2003, o Pronaf-Agroindústria passa a compor o Programa de Agroindustrialização da Agricultura Familiar, que, apesar dos gestores buscarem a sua articulação com outras linhas de ação (legislação, capacitação, adaptação de tecnologias e acesso aos mercados), continua como um instrumento relativamente autônomo e independente.⁵

Apesar das diferentes denominações, pode-se dizer que desde 1998/1999 existe de forma ininterrupta no Brasil uma linha de crédito para as agroindústrias familiares (que inicialmente se chamava Pronaf-Agregar e atualmente é conhecida como Pronaf-Agroindústria). O seu objetivo principal é prover recursos de investimento, inclusive em infraestrutura, para atividades que agreguem renda a produção e aos serviços desenvolvidos pelos beneficiários do Pronaf, sobretudo na área de beneficiamento, processamento e comercialização de produtos agropecuários, florestais, do extrativismo, de produtos artesanais e da exploração de turismo rural. Essa linha de crédito se direciona à implantação de pequenas e médias agroindústrias, isoladas ou em forma de rede, além da ampliação, recuperação e modernização de unidades já instaladas. Também faz parte do seu portfólio a implantação de unidades centrais de apoio gerencial e aquisição de equipamentos e de programas de informática voltados para melhoria da gestão das unidades agroindustriais (BCB, 2014).

Além desta linha de crédito para investimento, foi criado em 2003 o Pronaf-Custeio e Comercialização de Agroindústrias Familiares, cujo principal objetivo é resolver o problema da falta de capital de giro para a venda dos produtos beneficiados, pois este recurso não podia ser acessado no Pronaf-Agroindústria. Entre as finalidades desta linha está a aquisição de embalagens, rótulos, condimentos, conservantes, formação de estoques, financiamento da armazenagem, conservação de produtos para venda futura, etc. Assim, esta modalidade materializou o primeiro movimento do Pronaf em apoio à comercialização da produção agroindustrializada.

⁵ Para uma análise aprofundada sobre o tema, ver Wesz Junior (2009).

Apesar da importância desta linha, a reduzida presença de dados e informações e o seu baixo acesso em determinadas regiões (Wesz Junior, 2009; Gazolla, 2012) fizeram com que os próximos itens fossem limitados à análise do crédito-investimento para as agroindústrias familiares (Pronaf-Agroindústria).

As transformações no crédito-investimento para a agroindústria familiar (1998/1999 - 2014/2015)

Como já foi destacado, desde a safra 1998/1999 até a safra 2014/2015 tem havido a manutenção de uma linha de crédito rural para investimento direcionada às agroindústrias familiares. Ao longo destes 18 anos, além da mudança de nome (de Pronaf-Agregar para Pronaf-Agroindústria), muitas outras transformações ocorreram nas normas de enquadramento e nas condições de financiamento.

Para acessar o crédito de investimento para a agroindústria familiar, o público beneficiário precisa respeitar as normas de enquadramento que são determinadas pelo Banco Central do Brasil. Dentre estas regras, que é comum a todas as linhas do Pronaf, é indispensável que agricultores explorem uma parcela de terra (na condição de proprietário, posseiro, arrendatário, comodatário, parceiro, etc.); residam no estabelecimento ou em local próximo; não detenham área superior a quatro módulos fiscais; obtenham, no mínimo, 50% da renda bruta familiar da exploração agropecuária e não agropecuária do estabelecimento; tenham o trabalho familiar como predominante na exploração do estabelecimento. Além dessas exigências, existe um limite de renda bruta familiar anual que precisa ser considerado para enquadrar-se. Ao contrário das outras variáveis, que não sofreram grandes modificações nos últimos anos, a renda tem passado por alterações com certa regularidade.

Até 2000 poderiam acessar o Pronaf-Agregar os agricultores familiares que tivessem uma renda bruta familiar anual de até R\$ 27,5 mil. Esse limite foi sendo expandido ao longo dos anos, alcançando R\$ 360 mil em 2013 (Figura 1), o que significa um crescimento de 1.200%. Chama atenção que em apenas um ano, de 2012 a 2013, a renda estipulada foi dobrada. Ao calcular os valores em salários mínimos, poderiam acessar o Pronaf em 2001 aquelas famílias que detinham até 14 salários mínimos mensais como renda familiar, valor que passou para 44 salários mínimos em 2013. Isso indica um intenso processo de absorção, pelo Pronaf, de produtores rurais mais capitalizados.

Entretanto, a ampliação da renda para enquadramento não se limitou aos agricultores individuais, dado que o valor do patrimônio das cooperativas, associações e outras formas jurídicas seguiu em uma direção semelhante. Em 2003, por exemplo, o limite máximo do patrimônio das cooperativas para enquadramento no Pronaf era de R\$ 3 milhões, que foi se expandindo e alcançou R\$ 150 milhões em 2012. Entretanto, até 2003 o Pronaf era destinado apenas àquelas cooperativas compostas exclusivamente por agricultores familiares. Entre 2003/2004 e 2007/2008 vigorou uma nova regra, em que poderiam acessar o programa as cooperativas que tivessem

como sócios ativos, pelo menos, 90% de agricultores familiares, sendo que esses precisavam comprovar no projeto técnico que mais de 70% da matéria-prima era produzida por unidades familiares. A Resolução n. 4.339 (de 20 de junho de 2014) tornou esses critérios ainda mais flexíveis, visto que a sua estrutura social precisa ser formada por 60% de agricultores familiares e a participação destes na produção beneficiada, processada ou comercializada precisa alcançar, no mínimo, 55% do total. Em suma, o Pronaf passou a incluir cooperativas maiores (em termos de patrimônio), cuja presença e participação da agricultura familiar é cada vez menor (ainda que seja majoritária).

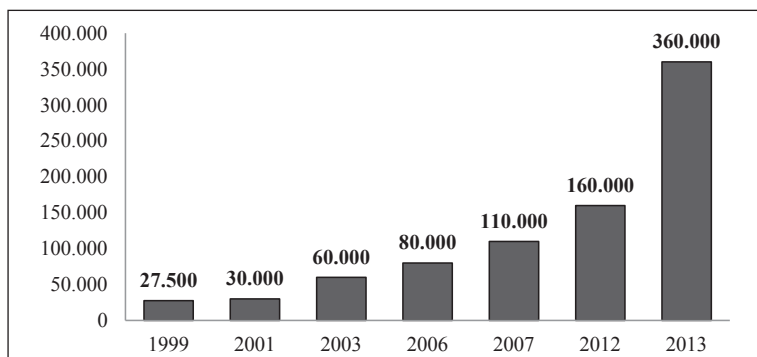


Figura 1. Limite da renda bruta familiar anual para enquadramento no Pronaf.⁶ (valores correntes).

Fonte: BCB (2014).

As condições de financiamento também apresentaram variações importantes, em especial as taxas de juros e volume máximo dos financiamentos, enquanto o limite de pagamento e o período de carência sofreram pequenas alterações, passando de 8 para 10 anos e de 3 para 5 anos, respectivamente.

A taxa de juros teve uma significativa redução ao longo dos anos. Em 1998/1999, quando a linha era denominada Pronaf-Agregar, a taxa era de 5,75% ao ano, mas foi reduzida para 4% em 2000/2001, e havia um rebate de 25% na taxa de juros para aqueles que pagassem em dia. Na safra 2005/2006 a tarifa teve um novo desconto (passou para 3%), que ocorreu novamente dois anos depois, chegando a 2% ao ano (Quadro 1). Até esse momento, em que prevalecia a divisão do Pronaf conforme a renda do agricultor familiar (grupos A/C, B, C, D e E), não havia uma diferenciação

⁶ Foram considerados apenas os anos em que houve alteração nos limites da renda para enquadramento no Pronaf.

na taxa conforme o grupo do produtor.⁷ Na safra 2008/2009 deixaram de existir os grupos de agricultores C, D e E e a taxa de juros se dá pelo montante do financiamento, onde dividem-se em duas faixas: Faixa I, com empréstimos de até R\$ 10 mil, em que a taxa de juros é de 1% a.a.; Faixa II, onde o valor do contrato vai de R\$ 10 mil até R\$ 50 mil, e a taxa é de 2% a.a. Nesse sentido, os agricultores que acessarem um financiamento com valores mais baixos, até pela sua menor capacidade de pagamento, obtêm taxa de juros mais condizentes com suas possibilidades de honrar com o compromisso. Por outro lado, os agricultores com projetos de maior valor assumem juros mais elevados porque se subentende que investimentos maiores obtêm melhores condições para realizar o pagamento.

QUADRO 1
Taxa de juros (ao ano) do Pronaf-Agroindústria conforme a safra e público
(1998/99 – 2014/15)

Grupos do Pronaf	Safras					Faixas	Safras
	1998/99	2000/01	2003/04	2005/06	2007/08		2008/09
	-	-	-	-		-	-
	1999/00	2002/03	2004/05	2006/07			2014/15
B	-	-	4,00%	3,00%	2,00%	Faixa I	1,00%
A/C	-	-	4,00%	3,00%	2,00%		
C	5,75%	4,00%	4,00%	3,00%	2,00%		
D	5,75%	4,00%	4,00%	3,00%	2,00%	Faixa II	2,00%
E	-	-	4,00%	3,00%	5,50%		

Fonte: Planos Safra (diferentes anos).

Concomitantemente, houve um aumento no valor máximo de recursos que podem ser acessados individualmente ou coletivamente. No caso dos contratos individuais, o limite do financiamento era de R\$ 15 mil até 2002/2003 e foi ampliado para R\$ 18 mil até a safra de 2007/2008, quando houve a criação das faixas. A Faixa I não teve grandes alterações de 2008/2009 até 2014/2015 (passou de R\$ 7 mil para R\$ 10 mil). Entretanto, no mesmo período, a Faixa II teve ampliações frequentes e passou de R\$ 18 mil para R\$ 150 mil. Além disso, foi criada outra categoria que pode acessar o Pronaf-Agroindústria, que seriam os empreendimentos familiares rurais, isto é, pessoa jurídica constituída com a finalidade de beneficiamento, processamento e comercialização de produtos agropecuários formada exclusivamente

⁷ A única exceção ocorreu no Plano Safra de 2007/2008, quando o grupo E (produtores com renda bruta familiar anual de R\$ 10 mil a R\$ 28 mil, teve a taxa de juros elevada de 3% para 5,5%, enquanto os demais tiveram uma redução para 2%.

por beneficiários do Pronaf, os quais devem responder por, no mínimo, 80% da produção agroindustrializada (BCB, 2014). Para este grupo o montante de recursos pode chegar a R\$ 300 mil por contrato (Quadro 2).

QUADRO 2
Limite do financiamento (R\$) do Pronaf-Agroindústria
conforme a safra e público (1998/1999 – 2014/2015)

Grupos do Pronaf	Safra						
	1998/99 - 2002/03	2003/04 - 2007/08	2008/09 - 2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14 - 2014/15
Individual	15.000	18.000	18.000	20.000	50.000	130.000	150.000
Empreendimentos familiares rurais	-	-	-	-	-	-	300.000
Cooperativas e associações	600.000	720.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	30.000.000	35.000.000

Fonte: Planos Safra (diferentes anos).

Entretanto, as transformações foram mais intensas com as cooperativas, associações e outras formas jurídicas, que além de alastrar as condições de enquadramento, teve um aumento no valor dos recursos a serem acessados coletivamente. No período de 1998 a 2003, o teto dos contratos não poderia ultrapassar R\$ 600 mil. A partir de então aconteceram algumas mudanças nas normas, ficando estabelecido que os contratos grupais não poderiam ser constituídos por mais de 40 pessoas e que o limite de cada agricultor no financiamento seria de R\$ 18 mil, sendo que o teto do financiamento coletivo poderia chegar, no máximo, a R\$ 720 mil.

Com a introdução do Programa Mais Alimentos em 2008, o teto do financiamento passou de R\$ 720 mil para R\$ 10 milhões nos contratos coletivos (R\$ 25 milhões no caso do processamento e industrialização do leite e derivados). Entretanto, os limites continuaram sendo ampliados, alcançando R\$ 35 milhões na safra 2013/2014 (observado o limite individual de até R\$ 45 mil por associado ativo). Se comparar, então, o limite de agricultores por projeto coletivo, é perceptível uma brusca alteração: até o ano agrícola de 2007/2008 era possível, no máximo, 40 pessoas por contrato e, nos anos seguintes, esse valor foi para quase 800 agricultores (um aumento de 1.850%). Assim, evidencia-se uma grande mudança dentro da linha Pronaf-Agroindústria, com o propósito de apoiar, também, as grandes agroindústrias.

A flexibilização das condições de enquadramento e a ampliação do limite de financiamento por contrato provocaram transformações muito significativas no Pronaf-Agroindústria. Inicialmente toda a estrutura da linha de crédito voltava-se especificamente para “as propriedades onde a mão de obra fosse familiar, a maté-

ria-prima e o processamento ocorressem dentro da unidade, os resíduos fossem acomodados dentro do estabelecimento e a comercialização dos produtos respeitassem a diferenciação e as especificidades culturais” (gestor do programa). Mas, nos últimos anos, houve uma ampliação deste público ao incluir o apoio às grandes cooperativas de beneficiamento (ainda que tenham sido mantidos os incentivos às pequenas agroindústrias que funcionam em regime estritamente familiar).

Novos contornos no Pronaf-Agroindústria e os reflexos sobre as cadeias curtas

O cenário apresentado até o momento torna de grande relevância a análise dos resultados do Pronaf-Agroindústria. Entretanto, a carência de informações dificulta esse exercício, visto que os dados oficiais limitam-se ao intervalo de 2003 a 2006 e estes não permitem uma análise mais minuciosa acerca da distribuição do crédito (por grupo de agricultores, região geográfica e tipo de atividade) e seus impactos sobre as cadeias curtas. Os dados disponíveis se restringem ao número de agroindústrias e famílias apoiadas, além do montante de recursos gastos com o crédito (Quadro 3).

QUADRO 3
Resultados alcançados pelo Pronaf-Agroindústria (2003 - 2006)

Variáveis	2003	2004	2005	2006	2003/06
Número de agroindústrias beneficiadas	195	1.690	2.000	3.600	7.485
Número de famílias atingidas	1.170	10.140	16.000	28.800	56.110
Volume de recursos aplicados (R\$)	15.700.000	47.694.000	70.000.000	106.000.000	239.394.000
Valor médio acessado por agroindústria (R\$)	80.513	28.221	35.000	29.444	31.983

Fonte: Brasil (2007).

Entre os anos de 2003 e 2006, o número de agroindústrias financiadas foi crescente, o que evidencia a difusão do crédito nessa atividade, assim como o potencial desse instrumento para abranger cada vez mais unidades. O número de empreendimentos beneficiados em 2003 esteve abaixo dos demais anos devido as mudanças que reestru-

turaram a linha Pronaf-Agroindústria, incluindo a sua própria renomeação. Em 2004 atingiu-se praticamente 1.700 unidades, passando para 2.000 e 3.600 em 2005 e 2006, respectivamente. O número de famílias apoiadas nos quatro anos superou as 56 mil famílias, o que representa uma média de 7,5 famílias por empreendimento (Brasil, 2007).

Em relação aos recursos aplicados no crédito-investimento para as agroindústrias familiares, a previsão inicial era de R\$ 1,15 bilhão, estimando um gasto próximo dos R\$ 150 mil por financiamento/empreendimento (Brasil, 2004). Os resultados, entretanto, apontaram para uma falsa pressuposição, uma vez que se gastou com esse fim somente R\$ 239 milhões (20,7% das metas). Portanto, a média dos valores dos projetos por agroindústria foi próximo aos R\$ 32 mil, mostrando-se muito abaixo das expectativas iniciais. Esses dados indicam a capacidade de criação de pequenas unidades de processamento no meio rural sem a necessidade de desembolsar grandes volumes de recursos.

Em suma, o Pronaf-Agroindústria, entre 2003 e 2006, beneficiou empreendimentos cujo valor dos contratos aproximava-se dos R\$ 30 mil por unidade e a gestão era efetivada por 6 a 8 famílias de agricultores, em média (Brasil, 2007). Esses resultados apontam que a política direcionou seu foco, pelo menos até 2006, para as iniciativas formadas predominantemente por pequenas unidades, mantidos por grupos de famílias de agricultores e com baixas despesas com os financiamentos.

No período mais recente (sobretudo após a safra 2008/2009), onde as grandes cooperativas e associações foram incluídas enquanto público do Pronaf-Agroindústria, não houve a divulgação de novos resultados por meio de instituições oficiais. A única fonte de informações disponível são as notícias apresentadas no site do MDA, que devem ser olhadas com certo cuidado, pois trazem anúncios selecionados conforme o interesse da instituição. Mesmo assim, é pertinente destacar algumas notícias, que indicam mudanças importantes no Pronaf-Agroindústria.

Foi financiada uma fábrica de leite em pó no Rio Grande do Sul que conta com 3,6 mil agricultores familiares e mil famílias de assentados, além de nove cooperativas parceiras e quatro associações de produtores, com área de abrangência em 38 municípios gaúchos. O investimento para construção da fábrica totalizou R\$ 25,4 milhões, sendo que R\$ 10 milhões foram provenientes do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), linha de crédito Agroindústria (MDA/SAF, 18/09/2008).

Um projeto de financiamento, [...] no valor de R\$ 96 milhões, via BNDES, vai viabilizar a construção de uma fábrica de processamento de leite em pó [...]. A linha de crédito utilizada foi o Pronaf Agroindústria. O projeto foi encaminhado por cinco cooperativas singulares, associadas à Cooperativa Central Oeste Catarinense - Aurora, que reúne 17 associações singulares, com 77 mil pequenos e médios produtores, em 332 municípios do estado de Santa Catarina (MDA/SAF, 16/01/2009).

Por meio do Pronaf, modalidade Agroindústria, foram liberados R\$ 10 milhões para a Cooperoeste, de São Miguel do Oeste, formada por 600 associados de 15 assentamentos dessa região. Além de ampliar a capacidade de beneficiamento do leite, [...] a marca Terra Viva – Produtos da Reforma Agrária – também passará a ser impressa em embalagens de creme de leite e de achocolatados (MDA/SAF, 19/01/2009).

A Nova Aliança surgiu a partir do sonho compartilhado por cinco tradicionais cooperativas da região: São Victor, São Pedro, Linha Jacinto, Santo Antônio e Aliança. O projeto, em Flores da Cunha/RS, foi viabilizado com recursos do Pronaf Agroindústria e deve beneficiar 800 famílias. [...] Na linha de produtos da Nova Aliança estão vinhos finos, espumantes, vinhos de mesa, sucos de uva orgânicos, integrais e adoçados (MDA/SAF, 18/10/2014).

As notícias disponibilizadas pelo MDA confirmam uma tendência que já estava clara quando analisadas as transformações nas normas de enquadramento e nas condições de financiamento: o Pronaf-Agroindústria perdeu o enfoque exclusivo nos agricultores familiares, nas pequenas agroindústrias e nas pequenas cooperativas (de até 40 agricultores). Pode-se dizer, inclusive, que houve uma transformação nos princípios fundadores do Pronaf-Agroindústria. Isso porque a concepção inicial desse mecanismo era “criar formas para contrapor o sistema de integração, incentivando as unidades para que busquem a diferenciação dos produtos agroindustrializados a partir da valorização das especificidades dos territórios e das famílias, inserindo-se em mercados não convencionais” (gestor do programa).

Entretanto, ao analisar um dos casos acima, que conta com a presença de 77 mil produtores associados a uma cooperativa/agroindústria de leite em pó, fica visível o atual desvirtuamento do público e das atividades que se buscava apoiar, pois os agricultores passam a fornecer a matéria-prima, mas não atuam no processo de agroindustrialização. Concomitantemente, houve uma mudança nos produtos das agroindústrias, visto que se tratam de mercadorias padronizadas e sem significativa diferenciação. Mais impressionante é que os valores destinados à Aurora (R\$ 96 milhões) equivalem a 40% de todo o volume de recursos ampliados pelo Pronaf-Agroindústria entre 2003 e 2006. Considerando o valor médio dos contratos naquele período, com esse mesmo montante poderiam ser financiados três mil empreendimentos familiares.

Apesar das limitadas informações sobre os resultados do Pronaf-Agroindústria, que impedem uma análise mais detalhada e aprofundada, é preciso debater a própria visão de desenvolvimento pensada para a agricultura familiar na atualidade. Nessa direção, contrapõe-se a construção/fortalecimento de alternativas mais autônomas (pequenas agroindústrias no interior da propriedade) com empreendimentos maiores fora do estabelecimento agropecuário (grandes cooperativas agroindustriais).

No caso das grandes agroindústrias vinculadas às cooperativas, o que geralmente se tem são agricultores entregando a matéria-prima para um empreendimento onde participam como associados, que muitas vezes reproduz a situação de produtores integrados submissos aos interesses empresariais da cooperativa. Além disso, os produtos tendem a ser padronizados, livres de diferenciação e sem relação com os espaços locais de produção, processamento e comercialização, levando essas unidades a disputarem fatias de mercado com as grandes empresas do setor (Jank, Farina e Galan, 1999; Alencar et al., 2001; Presno, 2001; Bernardi, 2011).

Em paralelo, vários estudos apontam que as pequenas agroindústrias localizadas no meio rural agregam uma série de elementos que não são alcançados pelas grandes cooperativas agroindustriais. Olhando pelo foco do desenvolvimento rural, as unidades de processamento dentro das propriedades possibilitam aos agricultores

uma elevada autonomia produtiva, o que reduz a própria vulnerabilidade econômica e social das famílias (Pelegrini e Gazolla, 2008; Wesz Junior, Trentin e Filippi, 2009; Wilkinson, Dorigon e Mior, 2011). Além disso, a presença de uma série de agroindústrias situadas de forma descentralizada no espaço rural gera uma importante dinâmica ocupacional e de fomento às economias locais (Maluf, 2004; Mior, 2005). Paralelamente, tratam-se de empreendimentos familiares que resgatam uma série de valores simbólicos, culturais e históricos no momento da produção e comercialização (Wilkinson, 1999; Silveira e Zimmermann, 2004; Raupp, 2005; Menasche, 2007), além de auxiliar na preservação dos recursos naturais através do reaproveitamento dos resíduos da agroindústria dentro da propriedade (Prezotto, 2005; Niederle e Wesz Junior, 2008).

Ao questionar se o Pronaf-Agroindústria tem fomentado cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas, a resposta se altera conforme o público e a atividade que são considerados na análise. Se olharmos para as grandes cooperativas agroindustriais, que estão absorvendo o maior volume de recursos nesta modalidade de crédito, pode-se dizer que as relações diretas entre produtores e consumidores, baseada em produtos locais tradicionais, estão ficando em segundo plano, pois predomina a produção de alimentos padronizados, comercializados em grande escala e distribuídos em longas distâncias.

Por outro lado, o apoio às agroindústrias rurais de gestão familiar acaba respingando diretamente nas cadeias curtas, pois muitos empreendimentos são expressão destas redes alternativas. Diferentes pesquisas mostram como o acesso ao Pronaf-Agroindústria fomenta e reforça vínculos diretos entre produtor e consumidor, fortalecendo elementos imateriais, como laços sociais, apelo territorial, marcas, autenticidade, etc. (Mior, 2005; Wesz Junior, 2009; Gazolla, 2012). Em vez da “comida de nenhum lugar, cultivado por produtores desconhecidos, embalada e transportada através de longas distâncias por grandes corporações, ganham visibilidade outras práticas, antigas, novas ou renovadas, sinalizadoras de um jeito diferente de produzir, distribuir, escolher, valorizar e consumir o alimento” (Schmitt, 2011, p. 4). Além de ser economicamente interessante para produtor e consumidor, valoriza a origem dos alimentos e o seu vínculo com o território. Portanto, uma parte do Pronaf-Agroindústria acaba incentivando, muitas vezes indiretamente, a criação e/ou fomento de cadeias curtas.

A questão que se coloca é sobre a sustentação do apoio do Pronaf-Agroindústria aos diferentes públicos em longo prazo. Enquanto este programa continuar com elevada e crescente disponibilidade de recursos (com o valor disponibilizado sendo maior que o aplicado), é muito provável que continuará havendo fundos tanto para as pequenas agroindústrias familiares como para as grandes cooperativas agroindustriais. No plano atual, em meio ao ajuste fiscal e à redução do crescimento econômico nacional, uma possível restrição no orçamento do crédito rural pode tornar necessária a priorização de um público e de algumas atividades produtivas. Nesse sentido, a presença de uma maior seletividade na distribuição do financiamento – cujos critérios são definidos pelo governo e operacionalizados na escala local via agências financeiras – pode impactar na oferta de recursos para as pequenas agroindústrias familiares, com implicações diretas sobre as cadeias agroalimentares curtas.

Considerações finais

A implementação de um instrumento federal de crédito para as agroindústrias familiares, no final da década de 1990, foi um marco nas políticas públicas para o espaço rural. Desde o momento em que a linha era chamada de Pronaf-Agregar, passando em 2003 para a denominação de Pronaf-Agroindústria, até o Plano Safra 2014/15, muitas mudanças aconteceram. Uma das alterações está relacionada à forte ampliação nos limites de enquadramento individual e no limite máximo do patrimônio das cooperativas. Concomitantemente, passaram a aceitar, cada vez mais, cooperativas com menor presença de agricultores familiares. Além disso, as condições de financiamento também apresentaram variações importantes, com queda nas taxas de juros, ampliação do volume máximo dos financiamentos e aumento no prazo de pagamento e no período de carência.

De um modo geral, o quadro atual aponta para a manutenção do apoio às agroindústrias familiares desenvolvidas no interior dos estabelecimentos agropecuários (aceitando, cada vez mais, produtores com maior renda) e, de forma paralela, o surgimento de um 'novo público' para o Pronaf-Agroindústria: as grandes cooperativas, associações e outras formas jurídicas. Define-se como 'novo público' porque, até o início dos anos 2000, eram aceitas apenas organizações com patrimônio de R\$ 3 milhões e cujos financiamentos coletivos não poderiam ter mais de 40 agricultores; enquanto que atualmente o patrimônio para enquadramento alcançou R\$ 150 milhões e os contratos podem agregar um número próximo a 800 produtores.

Como já foi comentado, estas alterações nas condições de financiamento e o alastramento do público beneficiado provocou uma dissolução com os princípios e resultados iniciais do Pronaf-Agroindústria. Enquanto que o valor médio dos contratos por empreendimento era próximo dos R\$ 30 mil entre os anos de 2003 e 2006, atualmente as cooperativas podem financiar um montante de R\$ 35 milhões. Com esse arranjo, os recursos que são oferecidos para uma única cooperativa podem financiar mais de mil agroindústrias familiares. Portanto, o enfoque da modalidade de crédito deixa de ser exclusivo às estratégias mais autônomas, onde a gestão e o trabalho são efetivados pela família, e passa a ser também as grandes cooperativas, que em alguns casos podem até ser nocivas para a própria sustentabilidade dos agricultores familiares.

Não se quer, com esses argumentos, afirmar que as cooperativas não são um importante instrumento de fortalecimento à agricultura familiar. Pelo contrário, estas organizações possuem um papel central na construção de estratégias produtivas e econômicas que contribuam na reprodução social deste público. A questão principal é o tipo de cooperativismo que o Pronaf-Agroindústria está apoiando e a forma de inserção da agricultura familiar nestas instituições. Por um lado, como afirmam Gazolla (2012) e Estevam e Mior (2014), existem agroindústrias cooperativadas que são uma estratégia organizativa interessante para a agricultura familiar, já que minimizam custos de transação, fornecem uma base ampla de serviços (legalização, códigos de barras, acesso aos mercados, assistência técnica, entre outros) e ganham maiores escalas de produção, distribuição e comercialização, elementos necessários à sobrevivência das agroindústrias.

Entretanto, há outras formas de organizações coletivas que possuem uma gestão altamente centralizada, filosofia vinculada às regras de mercado, produção de mercadorias padronizadas, distribuição via longos canais de comercialização, etc. Nesse sentido, são entidades cuja coordenação está alheia ao controle do corpo social, funcionam sob princípios de uma empresa privada, comprometem a autonomia do cooperado na tomada de decisão, não priorizam a produção de alimentos de qualidade diferenciada (orgânicos, artesanais, étnicos, sustentáveis, etc.), mínguem as redes comerciais alternativas, desconsideram os valores e vínculos simbólicos, culturais e históricos do território, etc.

A discussão construída neste artigo indica que, no que depender das normas de enquadramento, das condições de financiamento e dos resultados do Pronaf-Agroindústria, esta linha de crédito financia ambos formatos de organização coletiva, independente das suas implicações à agricultura familiar, ao meio rural, ao sistema agroalimentar, aos consumidores, ao meio ambiente, etc.

Ao olhar especificamente para as cadeias curtas, pode-se dizer que o fomento a esta forma de acesso ao mercado não é uma prioridade do Pronaf-Agroindústria, como também não parece ser do Pronaf-Custeio e Comercialização de Agroindústrias Familiares. Entretanto, o apoio financeiro às pequenas agroindústrias conduzidas no interior dos estabelecimentos agropecuários acaba atingindo as cadeias curtas, pois o vínculo entre produtor e consumidor é um dos seus principais meios de inserção mercantil. Apesar de ser uma relação indireta, o Pronaf-Agroindústria tornou-se um instrumento de grande importância para as redes agroalimentares alternativas, o qual precisa ser mantido e fortalecido.

Referências

ALENCAR, E. et al. Complexos agroindustriais, cooperativas e gestão. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, v. 3, n. 2, 2001.

AZEVEDO, P. R.; COLOGNESE, S. A. ; SHIKIDA, P. F. A. Agroindústrias familiares no Oeste do Paraná: um panorama preliminar. *Organizações Rurais e Agroindustriais* - Revista de Administração da UFLA, Lavras, v. 2, n. 1, p. 3-10, 2000.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. *Manual de Crédito Rural*. 2014. Disponível em: <<http://www3.bcb.gov.br/mcr/>> Acesso em: set. de 2014.

BELIK, W. Indústria rural e emprego. In: CAMPANHOLA, C.; GRAZIANO DA SILVA, J. (Org.). *O Novo Rural Brasileiro* - Novas Atividades Rurais. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2004, v. 6, p. 15-49.

BERNARDI, C. M. *Agricultura familiar e organizações cooperativas: a luta social das agriculturas familiares camponesas*. Dissertação (Mestrado em Educação nas Ciências). Programa de Pós-Graduação em Educação nas Ciências, Universidade Regional do Noroeste do Rio Grande do Sul, UNIJUÍ, 2011.

BRASIL. *Programa de agroindustrialização da produção dos agricultores familiares*. 2004. Disponível em: <<http://www.mda.gov.br/saf>> Acesso em: ago. de 2014.

BRASIL. *Programa de agroindustrialização da produção dos agricultores familiares*. 2007. Disponível em: <<http://www.mda.gov.br/saf>> Acesso em: ago. de 2014.

CEPAL - Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición. Serie Seminarios e Conferencias. Santiago de Chile, 2014.

DEL GROSSI, M. E.; GRAZIANO DA SILVA, J. Fábrica do Agricultor del Estado do Paraná, Sur del Brasil. In: ORNAs, Ocupações Rurais Não-agrícolas: Oficina de atualização temática, 2000, Londrina. *Anais...* Londrina: IAPAR, 2000.

ESTEVAM, D. de O.; MIOR, L. C. (Org.). *Inovações na agricultura familiar: as cooperativas descentralizadas em Santa Catarina*. Florianópolis: Insular, 2014.

GAZOLLA, M. *Conhecimentos, produção de novidades e ações institucionais: cadeias curtas das agroindústrias familiares*. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, UFRGS, Porto Alegre, 2012.

IBGE – Instituto Brasileiro de Economia e Estatística. *Censo Agropecuário de 2006*. 2010. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br>> Acessado em: jan. de 2014.

JANK, M. S.; FARINA, E. M. Q.; GALAN, V. *O agribusiness do leite no Brasil*. [s/l]: Editora Milkbizz, 1999.

MALUF, R. S. Mercados agroalimentares e agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. *Revista Ensaios FEE*, 25 (1), p. 299-322, 2004.

MALUF, R. S. Políticas agrícolas e de desenvolvimento rural e a segurança alimentar. In: LEITE, S. P. (Org.). *Políticas Públicas e Agricultura no Brasil*. Porto Alegre: Ed. da Universidade, 2001, p. 145-168

MENASCHE, R. (Org.). *A agricultura familiar à mesa: saberes e práticas da alimentação no Vale do Taquari*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E ABASTECIMENTO (MA). *PRONAF-AGROINDÚSTRIA: Integração, Agroindustrialização e Comercialização da Produção da Agricultura Familiar*. Brasília, 1998.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO (MDA); SECRETARIA DA AGRICULTURA FAMILIAR (SAF). *Agricultores familiares de Santa Catarina investem em fábrica de leite em pó*. Brasília: MAPA, 2009. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/>>. Acesso em: jan. de 2014.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO (MDA); SECRETARIA DA AGRICULTURA FAMILIAR (SAF). *Pronaf: Cooperativa de assentados amplia indústria de leite*. Brasília: MAPA, 2009. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/>>. Acesso em: jan. de 2014.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO (MDA); SECRETARIA DA AGRICULTURA FAMILIAR (SAF). *Pronaf financia fábrica de leite em pó no Rio Grande do Sul*. Brasília: MDA/SAF, 2008. Disponível em: <<http://www.mda.gov.br/>>. Acesso em: out. de 2013.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO (MDA); SECRETARIA DA AGRICULTURA FAMILIAR (SAF). *Em visita a cooperativas gaúchas, ministro anuncia novos recursos para o setor*. Brasília: MDA/SAF, 2014. Disponível em: <<http://www.mda.gov.br/>>. Acesso em: out. de 2014.

MIOR, L. C. *Agricultura familiar, agroindústria e redes no desenvolvimento rural*. Chapecó: Argos, 2005.

MIOR, L. C.; WILKINSON, J. Setor Informal, produção familiar e pequena Agroindústria: Interfaces. *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, n. 13, 1999.

- NIEDERLE, P. A. Delimitando as fronteiras entre mercados convencionais e alternativos para a agricultura familiar. *Extensão Rural*, v. 16, p. 5-38, 2009.
- NIEDERLE, P. A.; WESZ JUNIOR, V. J. Possibilidades e limites da agroindustrialização à diversificação dos meios de vida na agricultura familiar: evidências a partir da região Missões-RS. In: COLÓQUIO AGRICULTURA FAMILIAR E DESENVOLVIMENTO RURAL, 2, 2008, Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre: Edurgs, 2008.
- OLIVEIRA, A. A. “*PROVE, o gosto da inclusão social*”: análise da ação do poder público no processo de implementação do Programa de Verticalização da Pequena Produção Agrícola do Distrito Federal (PROVE). Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2000.
- OLIVEIRA, J. A. V. de; PREZOTTO, L. L.; VOIGT, L. *Diagnóstico e potencial das agroindústrias familiares do Estado do Rio Grande do Sul*. Florianópolis, 2002. (Trabalho não publicado).
- OLIVEIRA, J. A. V. de; SCHMIDT, J. A. V.; SCHMIDT, W. *Avaliação do potencial da indústria rural de pequeno porte (IRPP) em Santa Catarina*. 2. ed. Florianópolis: CEPAGRO, 2000.
- PELEGRINI, G.; GAZOLLA, M. *A agroindústria familiar no Rio Grande do Sul: limites e potencialidades a sua reprodução social*. Frederico Westphalen: Editora da URI, 2008.
- PLOEG, J. D. van der. *The Virtual Farmer: Past, Present and Future of the Dutch Peasantry*. Wageningen: Van Gorcum, 2003.
- PRESNO, N. As cooperativas e os desafios da competitividade. *Estudos Sociedade e Agricultura*. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 17, p. 119-144, 2001.
- PREZOTTO, L. L. *A agroindústria rural de pequeno porte e o seu ambiente institucional relativo à legislação sanitária*. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas). Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1999.
- PREZOTTO, L. L. *A sustentabilidade da agricultura familiar - Implicações e perspectivas da legislação sanitária para a pequena agroindústria*. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2005.
- PREZOTTO, L. L. Uma concepção de agroindústria rural de pequeno porte. *Revista de Ciências Humanas*, Florianópolis, n. 31, p. 133-154, 2002.
- RAUPP, A. K. *Políticas públicas e agroindústria de pequeno porte da agricultura familiar: considerações de experiências do Rio Grande do Sul*. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.
- SANTOS, R. C.; FERREIRA, C. H. Caracterização de agroindústrias familiares localizadas na área de abrangência da Mesorregião Grande Fronteira do Mercosul. *Revista Extensão Rural e Desenvolvimento Sustentável*, v. 2, n. 1 e 2, p. 35-44, 2006.
- SCHMITT, C. J. Alimentos de “ningún lugar” o alimentos “del lugar”. *LEISA Revista de Agroecología*, v. 27, p. 6-9, 2011.
- SILVEIRA, P. R. C.; ZIMMERMANN, S. A. A qualidade em circuitos regionais de produção de alimentos numa perspectiva de segurança alimentar. In: FROEHLICH, J. M.; DIESEL, V. (Org.). *Espaço Rural e Desenvolvimento regional*. Ijuí: UNIJUI, 2004, p. 217-226.
- VIEIRA, L. F. Agricultura e agroindústria familiar. *Revista de Política Agrícola*, Brasília, v. VII, n. 1, p. 11-23, 1998.
- WAQUIL, P. D. et al. O perfil da agroindústria rural no Brasil: uma análise com base nos dados do Censo Agropecuário 2006. In: SCHNEIDER, S.; FERREIRA, B.; ALVES, F. (Org.).

Aspectos Multidimensionais da Agricultura Brasileira: diferentes visões do Censo Agropecuário 2006. Brasília: IPEA, 2014, p. 183-210.

WESZ JUNIOR, V. J. *As políticas públicas de agroindustrialização na agricultura familiar: análise e avaliação da experiência brasileira*. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

WESZ JUNIOR, V. J.; TRENTIN, I. C. L.; FILIPPI, E. E. Os reflexos das agroindústrias familiares para o desenvolvimento das áreas rurais no Sul do Brasil. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, v. 6, p. 59-85, 2009.

WILKINSON, J. Cadeias produtivas para a agricultura familiar. *Organizações Rurais e Agroindústrias*, v. 1, n. 1, p. 34-41, 1999.

WILKINSON, J. *Mercados, redes e valores*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

WILKINSON, J.; DORIGON, C.; MIOR, L. C. The emergence of SMO agro-industry networks in the shadow of agribusiness contract farming: a case study from the south of Brazil. In: SILVA, C. A.; MHLANGA, N. (Org.). *Innovative Policies and Institutions to Support Agra-industries Development*. Roma: Food and Agriculture Organization of The United Nations, 2011, p. 87-119.

Os autores

Abel Perinazzo Cassol – Cientista social e mestre em Sociologia pela UFRGS. Doutorando em Sociologia pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFRGS. Pesquisador do Grupo de Estudos e Pesquisas em Agricultura Familiar e Desenvolvimento Rural (GEPAD). E-mail: abelcassol@hotmail.com.

Adanella Rossi – Degree in Agricultural Science. PhD in Agricultural Economics and Politics. Assistant Professor of the University of Pisa, Department of Agriculture, Food and Environment. E-mail: adanella.rossi@unipi.it.

Andrea Marescotti – PhD in Agricultural Economics. Associate Professor in University of Florence, Department of Economics and Management. E-mail: andrea.marescotti@unifi.it.

André Kuhn Raupp – Engenheiro Agrônomo, mestre em Ciências Sociais – Desenvolvimento e Agricultura e doutor em Desenvolvimento Rural. Professor do Instituto Federal Catarinense. E-mail: andreraupp@yahoo.com.br.

Carlos Andrés Díaz Ramírez – Master of science. Profesional do Departamento de Gestión Agrarian a Universidad de Santiago de Chile. E-mail: carlos.diaz.r@usach.cl.

Claire Cerdan – Doutor. Researcher in CIRAD – Umr Innovation. E-mail: claire.cerdan@cirad.fr.

Claire Lamine – PhD in Sociology. Researcher in INRA-SAD Ecodéveloppement. E-mail: clamine@avignon.inra.fr.

Claus J. Köbrich Gruebler – PhD. Professor Associate in Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Veterinarias y Pecuarias, Departamento de Fomento de la Producción Animal. E-mail: ckobrich@uchile.cl.

Damian Maye – BSc (Hons), MSc, PhD. Reader in Agri-Food Studies in Countryside and Community Research Institute, University of Gloucestershire, UK. E-mail: dmaye@glos.ac.uk.

David Edwin Goodman – PhD (Economics). Professor Emeritus in Department of Environmental Studies, University of California, Santa Cruz, USA. E-mail: hatters@ucsc.edu.

Edson Talamini – Economista, mestre e doutor em Agronegócios. Professor Adjunto na UFRGS, Programas de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural e Agronegócios. E-mail: Edson.talamini@ufrgs.br.

Fernanda Novo da Silva – Engenheira Agrônoma, mestre em Ciências e doutora em Agronomia. Bolsista PNPd/CAPES na Universidade Federal de Pelotas, Programa de Pós-Graduação em Sistemas de Produção Agrícola Familiar. E-mail: fernandanovo@gmail.com.

Gianluca Brunori – Full Professor in University of Pisa, Department of Agriculture, Food and Environment. E-mail: brunori@unipi.it.

Giovanni Belletti – PhD in Agricultural Economics. Associate Professor in University of Florence, Department of Economics and Management. E-mail: giovanni.belletti@unifi.it.

Henk Renting – MSc Rural Sociology and MSc Environmental Sciences. Senior Programme Officer in RUAF Foundation (International Network of Resource Centres on Urban Agriculture and Food Security), Leusden, The Netherlands. E-mail: renting@gmail.com.

James Kirwan – PhD. Reader in Food Studies and Society in University of Gloucestershire, Countryside and Community Research Institute. E-mail: jkirwan@glos.ac.uk.

Janaína Deane de Abreu Sá Diniz – Doutora em Logística e Estratégia e em Desenvolvimento Sustentável. Professora Adjunta na Universidade de Brasília, Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural. E-mail: janadiniz@unb.br.

Jean Philippe Palma Revillion – Engenheiro Agrônomo, doutor em Agronegócios. Professor Associado da UFRGS, Departamento de Tecnologia de Alimentos, Programa de Pós-Graduação em Agronegócios. E-mail: jeanpr@gmail.com.

João Carlos Tedesco – Filósofo, mestre em Sociologia e doutor em Ciências Sociais. Professor-pesquisador da Universidade de Passo Fundo/RS, no Programa de Pós-Graduação em História. E-mail: jctedesco@upf.br.

Leo Dvortsin – PhD candidate and research food movements in Wageningen University, PUREFOOD graduate program, Rural Sociology Group. E-mail: leo.dvortsin@wur.nl.

Luis David Sáez Tonacca – Magíster in Universidad de Santiago de Chile. Académico Departamento de Gestión Agraria. E-mail: luis.saez@usach.cl.

Marcio Gazolla (Org.) – Engenheiro Agrônomo, mestre e doutor em Desenvolvimento Rural com Sanduíche na Universidade de Pisa, Itália. Professor da UTFPR, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR). E-mail: marciogazolla1@gmail.com.

Moacir Roberto Darolt – Engenheiro Agrônomo, doutor em Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural, Pós-Doutorado no Institut National de la Recherche Agronomique da França. Pesquisador do IAPAR e professor da UFPR, Departamento de Economia Rural e Extensão. E-mail: darolt@iapar.br.

Moisés Villamil Balestro – Doutorado em Ciências Sociais. Professor Associado na Universidade de Brasília, Programas de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural e Centro de Pesquisa e Pós-Graduação sobre as Américas. E-mail: moises@unb.br.

Olga Gromasheva – PhD candidate student (Wageningen School of Social Sciences at the Wageningen University, the Netherlands). E-mail: olga.gromasheva@gmail.com.

Paulo André Niederle – Engenheiro Agrônomo e doutor em Ciências Sociais. Professor na UFRGS, Programas de Pós-Graduação em Sociologia e Desenvolvimento Rural. E-mail: pauloniederle@gmail.com.

Roberta Sonnino – PhD. Professor in Cardiff University, School of Geography and Planning. E-mail: sonnino@cf.ac.uk.

Sergio Schneider (Org.) – Sociólogo, mestre e pós-doutor em Sociologia. Professor da UFRGS, Programas de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural e Sociologia. E-mail: schneide@ufrgs.br.

Steffanie Scott – PhD. Associate Professor in University of Waterloo, Department of Geography & Environmental Management. E-mail: sdscott@uwaterloo.ca.

Theresa Schumilas – Postdoctoral Fellow. Centre for Sustainable Food Systems, Wilfrid Laurier University. E-mail: tschumilas@rogers.com.

Valéria da Veiga Dias – Mestre em Administração e doutoranda em Agronegócio na UFRGS. Pesquisadora CEGOV/UFRGS. Docente de graduação e pós-graduação em Administração. E-mail: valeria-adm@hotmail.com.

Valdemar João Wesz Junior – Doutor em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade. Professor Adjunto da UNILA, Instituto Latino-Americano de Economia, Sociedade e Política. E-mail: jwesz@yahoo.com.br.

Zhenzhong Si – PhD in Geography. Postdoctoral Researcher in Balsillie School of International Affairs. E-mail: sizhenzhong@gmail.com.

Direitos autorais – artigos internacionais traduzidos

Reconhecimento de direitos autorais. Os organizadores deste livro gostariam de agradecer a cedência dos direitos de republicação dos seguintes artigos a partir dos originais conforme a seguir identificados.

RENTING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. *Compreendendo as redes alimentares alternativas: o papel de cadeias curtas de abastecimento de alimentos no desenvolvimento rural*. p. 37-64. Traduzido de: RENTING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning*, v. 35, p. 393-411, 2003. **OBS:** Pion Ltd, London. Homepage: www.pion.co.uk e www.envplan.com.

GOODMAN, D. *Espaço e lugar nas redes alimentares alternativas: conectando produção e consumo*. p. 65-90. Traduzido com a permissão dos editores de 'Place and space in alternative food networks: connecting production and consumption'. In: GOODMAN, M. K.; GOODMAN, D.; REDCLIFF, M. (Ed.). *Consuming Space*. Farnham: Ashgate, 2010, p. 189-211. Copyright © 2010. **OBS:** Direitos e Permissões – Ashgate, Gower & Lund Humphries Publishing. Homepage: www.ashgate.com, www.gowerpublishing.com, www.lundhumphries.com, www.ashgate.com/rights, www.gowerpublishing.com/rights.

ROSSI, A.; BRUNORI, G. *As cadeias curtas de abastecimento na inovação dos Grupos de Aquisições Solidárias (GAS): a construção social das práticas (alimentares) sustentáveis*. p. 91-114. Este trabalho foi apresentado pelos autores no XXIV Congresso da Sociedade Europeia de Sociologia Rural, realizado em Chania (Creta) em agosto de 2011, no âmbito do GT 27 – *New Forms of Citizen – Consumer Engagement in Food Networks: Diversity, Mechanisms and Perspectives*. Um resumo foi publicado na revista *Agriregionieuropa* (27, 2011). A abordagem conceitual e analítica foi reutilizado na pesquisa da Unidade de Pisa no âmbito de um projeto nacional (MIUR, PRIN-2008 prot.2008LY7BJJ_004, "Agricultura local e consumo sustentável em redes alimentares alternativas"), e posteriormente em capítulo do livro produto: ROSSI, A.;

BRUNORI, G. A construção social das práticas (alimentares) sustentáveis. Quando a cidadania promove a inovação. In: SIVINI, S.; CORRADO, A. (Ed.). *Alimento local*. Caminhos inovadores nas práticas de produção e consumo de alimentos. Nápoles: Liguori, 2013. p. 105-124.

SONNINO, R.; MARSDEN, T. *Além da divisória: repensando relações entre redes alimentares alternativas e convencionais na Europa*. p. 115-140. Traduzido de: SONNINO, R.; MARSDEN, T. Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. *Journal of Economic Geography*, 6 (2), p. 181-199, 2006. **OBS:** Com a permissão da Oxford University Press.

BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A. *Inovações económicas em cadeias curtas de abastecimento alimentar*. p. 141-160. Este capítulo é uma versão adaptada do artigo publicado em: BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A. The economic innovation of the short chain. In: GIARÈ, F.; GIUCA, S. (Ed.). *Farmers and short chain*. Legal profiles and socio-economic dynamics. Roma: INEA, 2013. p. 45-62.

SI, Z.; SCHUMILAS, T.; SCOTT, S. *Um retrato das redes agroalimentares alternativas na China*. p. 385-418. Traduzido de: SI, Z.; SCHUMILAS, T.; SCOTT, S. Characterizing alternative food networks in China. *Agricultural and Human Values*, 32 (2), p. 299-313, June 2015. **OBS:** Com a permissão de Springer Science e Business Media.

KIRWAN, J.; MAYE, D. *Marcos da segurança alimentar no Reino Unido e a integração dos sistemas alimentares locais*. p. 439-468. Traduzido de: KIRWAN, J.; MAYE, D. Food security framings within the UK and the integration of local food systems. *Journal of Rural Studies*, v. 29, p. 91-100, 2013. **OBS:** Com a permissão da Elsevier. Homepage: www.elsevier.com/locate/jrurstud.

A *Série Estudos Rurais* publica livros sobre temas rurais, ambientais e agroalimentares que contribuam de forma significativa para o resgate e/ou o avanço do conhecimento sobre o desenvolvimento rural nas ciências sociais em âmbito nacional e internacional. A *Série Estudos Rurais* resulta de uma parceria da Editora da UFRGS com o Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. As normas para publicação estão disponíveis em www.ufrgs.br/pgdr/livros

Comissão editorial executiva

Editor-chefe: Prof. Sergio Schneider (UFRGS). **Editor associado:** Prof. Marcelo Antonio Conterato (UFRGS). **Membro Externo:** Prof. Jan Douwe Van der Ploeg (WUR/Holanda). **Conselho Editorial:** Gabriela Coelho de Souza – UFRGS; Paulo Andre Niederle – UFRGS; Marcelino Souza – UFRGS; Lauro Francisco Mattai – UFSC; Miguel Angelo Perondi – UTFPR; Cláudia J. Schmitt – UFRJ; Walter Belik – UNICAMP; Maria Odete Alves – BNB; Armando Lirio de Souza – UFPA; Moisés Balestro – UnB; Alberto Riella – Uruguai; Clara Cravioiti – Argentina; 13. Luciano Martinez – Ecuador; Hubert Carton Grammont – Mexico; Harriet Friedmann – Canadá; Gianluca Brunori – Itália; Eric Sabourin – França; Terry Marsden – Reino Unido; Cecilia Diaz-Méndez – Espanha; Ye Jinhong – China.

TÍTULOS PUBLICADOS

- A questão agrária na década de 90 (4.ed.)** – João Pedro Stédile (org.)
- Política, protesto e cidadania no campo: as lutas sociais dos colonos e dos trabalhadores rurais no Rio Grande do Sul** – Zander Navarro (org.)
- Reconstruindo a agricultura: idéias e ideais na perspectiva do desenvolvimento rural sustentável (3.ed.)** – Jalcione Almeida e Zander Navarro (org.)
- A formação dos assentamentos rurais no Brasil: processos sociais e políticas públicas (2.ed.)** – Leonilde Sêrvolo Medeiros e Sérgio Leite (org.)
- Agricultura familiar e industrialização: pluriatividade e descentralização industrial no Rio Grande do Sul (2.ed.)** – Sergio Schneider
- Tecnologia e agricultura familiar (2.ed.)** – José Graziano da Silva
- A construção social de uma nova agricultura: tecnologia agrícola e movimentos sociais no sul do Brasil (2.ed.)** – Jalcione Almeida
- A face rural do desenvolvimento: natureza, território e agricultura** – José Eli da Veiga
- Agroecologia (4.ed.)** Stephen Gliessman
- Questão agrária, industrialização e crise urbana no Brasil (2.ed.)** – Ignácio Rangel (org. por José Graziano da Silva)
- Políticas públicas e agricultura no Brasil (2.ed.)** – Sérgio Leite (org.)
- A invenção ecológica: narrativas e trajetórias da educação ambiental no Brasil (3.ed.)** – Isabel Cristina de Moura Carvalho
- O empoderamento da mulher: direitos à terra e direitos da propriedade na América Latina** – Carmen Diana Deere e Magdalena León
- A pluriatividade na agricultura familiar (2.ed.)** – Sergio Schneider
- Travessias: a vivência da reforma agrária nos assentamentos (2.ed.)** – José de Souza Martins (org.)
- Estado, macroeconomia e agricultura no Brasil** – Gervásio Castro de Rezende
- O futuro das regiões rurais (2.ed.)** – Ricardo Abramovay
- Políticas públicas e participação social no Brasil rural (2.ed.)** – Sergio Schneider, Marcelo K. Silva e Paulo E. Moruzzi Marques (org.)
- Agricultura latino-americana: novos arranjos, velhas questões** – Anita Brumer e Diego Piñero (org.)
- O sujeito oculto: ordem e transgressão na reforma agrária** – José de Souza Martins
- A diversidade da agricultura familiar (2.ed.)** – Sergio Schneider (org.)
- Agricultura familiar: interação entre políticas públicas e dinâmicas locais** – Jean Philippe Tonneau e Eric Sabourin (org.)
- Camponeses e impérios alimentares** – Jan Douwe Van der Ploeg
- Desenvolvimento rural (conceitos e aplicações ao caso brasileiro)** – Angela A. Kageyama
- Desenvolvimento social e mediadores políticos** – Delma Pessanha Neves (org.)
- Mercados redes e valores: – o novo mundo da agricultura familiar** – John Wilkinson
- Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável (5.ed.)** – Miguel Altieri
- O mundo rural como um espaço de vida: reflexões sobre propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade** – Maria de Nazareth Baudel Wanderley
- Os atores do desenvolvimento rural: perspectivas teóricas e práticas sociais** – Sergio Schneider e Marcio Gazolla (org.)
- Turismo rural: iniciativas e inovações** – Marcelino de Souza e Ivo Elesbão (org.)
- Sociedades e organizações camponesas: uma leitura através da reciprocidade** – Eric Sabourin
- Dimensões socioculturais da alimentação: diálogos latino-americanos** – Renata Menache, Marcelo Alvarez e Janine Collaço (org.)
- Paisagem: leituras, significados e transformações** – Roberto Verдум, Lucimar de Fátima dos Santos Vieira, Bruno Fleck Pinto e Luís Alberto Pires da Silva (org.)
- Do "capital financeiro na agricultura" à economia do agronegócio: mudanças cíclicas em meio século (1965-2012)** – Guilherme Costa Delgado
- Sete estudos sobre a agricultura familiar do vale do Jequitinhonha** – Eduardo Magalhães Ribeiro (org.)
- Indicações geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares** – Paulo André Niederle (org.)
- Sementes e brotos da transição: inovação, poder e desenvolvimento em áreas rurais do Brasil** – Sergio Schneider, Marilda Menezes, Aldenor Gomes da Silva e Islandia Bezerra (org.)
- Pesquisa em desenvolvimento rural: aportes teóricos e proposições metodológicas (Volume 1)** – Marcelo Antonio Conterato, Guilherme Francisco Waterloo Radomsky e Sergio Schneider (org.)
- Turismo Rural em tempos de novas ruralidades** – Artur Cristóvão, Xerardo Pereira, Marcelino de Souza e Ivo Elesbão (org.)
- Políticas públicas do desenvolvimento rural no Brasil** – Catia Grisa e Sergio Schneider (org.)
- O Rural e a Saúde: compartilhando teoria e método** – Tatiana Engel Gerhardt e Marta Júlia Marques Lopes (org.)
- Desenvolvimento Rural e Gênero: abordagens analíticas, estratégias e políticas públicas** – Jefferson Andronico Ramundo Staduto, Marcelino de Souza e Carlos Alves do Nascimento (org.)
- Pesquisa em desenvolvimento rural: técnicas, bases de dados e estatística aplicadas aos estudos rurais (Volume 2)** – Guilherme Francisco Waterloo Radomsky, Marcelo Antonio Conterato e Sergio Schneider (org.)
- O poder do solo: imaginários ecológicos, formas de certificação e regimes de propriedade intelectual no sistema agroalimentar** – Guilherme Francisco Waterloo Radomsky
- Camponeses e a arte da agricultura: um manifesto Cheyanoviano** – Jan Douwe Van der Ploeg
- Regimes alimentares e questões agrárias** – Philip McMichael
- Produção, consumo e abastecimento de alimentos: desafios e novas estratégias** – Fabiana Thomé da Cruz, Alessandra Matte e Sergio Schneider (org.)
- Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural** – Flávia Charão Marques, Marcelo Antônio Conterato e Sergio Schneider (org.)
- Pecuária familiar no Rio Grande do Sul: história, diversidade social e dinâmicas de desenvolvimento** – Paulo Dabadd Waquil, Alessandra Matte, Márcio Zamboni Neske e Marcos Flavio Silva Borba (org.)
- Conflitos ambientais e controvérsias em ciência e tecnologia** – Jalcione Almeida (org.)
- Processos sociais rurais: múltiplos olhares sobre desenvolvimento** – Roberto Verдум, Fábio de Lima Beck, Marta Júlia Marques Lopes e Tatiana Engel Gerhardt (org.)
- Agriculturas empresariais e espaços rurais na globalização: abordagens a partir da América do Sul** – Eve Anne Bühler, Martine Guibert e Valter Lúcio de Oliveira (org.)
- O turismo rural comunitário como estratégia de desenvolvimento** – Karina Toledo Solha, Ivo Elesbão e Marcelino de Souza (org.)
- Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar** – Marcio Gazolla e Sergio Schneider (org.)
- Sustentar o ativismo: um movimento de mulheres brasileiras e a colaboração entre pai e filha** – Jeffrey W. Rubin e Emma Sokoloff-Rubin

Editora da UFRGS • Ramiro Barcelos, 2500 – Porto Alegre, RS – 90035-003 – Fone/fax (51) 3308-5645 – editora@ufrgs.br – www.editora.ufrgs.br • Direção: Alex Niche Teixeira • Editoração: Luciane Delani (coordenadora), Carla M. Luzzatto, Clarissa Felkl Prevedello, Cláudio Marzo da Silva, Cristina Thumé Pacheco e Lucas Ferreira de Andrade • Administração: Aline Vasconcelos da Silveira, Cláudio Oliveira Rios, Fernanda Kautzmann, Gabriela Campagna de Azevedo, Getúlio Ferreira de Almeida, Heloísa Polese Machado, Janer Bittencourt, Jaqueline Trombin e Laerte Balbinot Dias • Apoio: Luciane Figueiredo

“Este livro é um guia que compreende o que há de melhor em análise e pesquisa sobre mercados de qualidade e de circuitos agroalimentares curtos. Combina contribuições clássicas de reflexão teórico-metodológica com experiências internacionais de grande atualidade. Um “must” para todo estudioso e formulador de políticas nessa área”.

JOHN WILKINSON
Professor do CPDA/UFRJ

“A obra representa uma contribuição fundamental para o entendimento do papel das cadeias curtas como forma de organização dos mercados e para o desenho das políticas de Segurança Alimentar e Nutricional, com interessantes exemplos sobre como melhorar a renda dos produtores e as condições de alimentação da população”.

WALTER BELIK
Professor da Unicamp

“Esta obra aborda de forma muito competente e abrangente as principais questões ligadas com as cadeias curtas e redes agroalimentares como espaços de organização da produção e comercialização da agricultura familiar. Uma leitura indispensável para todos que buscam alternativas de desenvolvimento rural”.

MÁRIO OTÁVIO BATALHA
Professor da UFSCAR



PGDR
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM DESENVOLVIMENTO RURAL E URBANOS

UFRGS
EDITORA