

ALIMENTAÇÃO & CULTURA



# ALIMENTAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

**ORGANIZADORES:**

RODRIGO MACHADO VILANI • ELÍDIO VANZELLA • ADRIANA BRAMBILLA

CCTA OPEN ACCESS



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES

REITORA  
MARGARETH DE FÁTIMA FORMIGA DINIZ  
VICE-REITOR  
BERNARDINA MARIA JUVENAL FREIRE DE OLIVEIRA



DIRETOR DO CCTA  
JOSÉ DAVID CAMPOS FERNANDES  
VICE-DIRETOR  
ULISSES CARVALHO SILVA



CONSELHO EDITORIAL  
CARLOS JOSÉ CARTAXO  
GABRIEL BECHARA FILHO  
HILDEBERTO BARBOSA DE ARAÚJO  
JOSÉ DAVID CAMPOS FERNANDES  
MARCÍLIO FAGNER ONOFRE  
EDITOR  
JOSÉ DAVID CAMPOS FERNANDES  
SECRETÁRIO DO CONSELHO EDITORIAL  
PAULO VIEIRA

LABORATÓRIO DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO  
COORDENADOR  
PEDRO NUNES FILHO

# A & C

ALIMENTAÇÃO & CULTURA

Alimentação e Sustentabilidade

Rodrigo Machado Vilani

Elídio Vanzella

Adriana Brambilla

Organização

Editora do CCTA

João Pessoa

2019

© Copyright by GCET, 2019

Produção Gráfica

ELÍDIO VANZELLA

Capa

FELICIANO DE MEDEIROS BARBOSA NETO

**GRUPO DE CULTURA E ESTUDOS EM TURISMO**



## FICHA CATALOGRÁFICA

Ficha catalográfica elaborada na Biblioteca Setorial do CCTA da Universidade Federal da Paraíba

A411 Alimentação e sustentabilidade / Organizadores: Rodrigo Machado Vilani, Elídio Vanzella, Adriana Brambilla. - João Pessoa: Editora do CCTA, 2019.  
307 p. : il. - (Série Alimentação & Cultura)

ISBN: 978-85-9559-157-8

1. Alimentos Sustentáveis. 2. Cultura Alimentar.  
3. Agroecologia – Mercados. 4. Agrotóxicos. 5. Segurança Alimentar. I. Vilani, Rodrigo Machado. II. Vanzella, Elídio.  
III. Brambilla, Adriana.

UFPB/BS-CCTA

CDU: 641-022.316

Direitos desta edição reservados à: GELINS/UFS

Impresso no Brasil  
*Printed in Brazil*

Depósito legal na Biblioteca Nacional, conforme decreto nº 1.825, de 20 de dezembro de 1907.

# A & C

ALIMENTAÇÃO & CULTURA

Alimentação e Sustentabilidade:

Comissão Científica e Organizadora  
da Série Alimentação e Cultura

---

**ADRIANA BRAMBILLA**

(UFPB/CCTA/DTH/GCET)

**ELÍDIO VANZELLA**

(UFPB-GCET/ UNIFUTURO)

**MARIA AMÁLIA SILVA ALVES DE OLIVEIRA**

(PPGMS/UNIRIO)

**JOICE LAVANDOSKI**

(DETUR/UNIRIO)

**RODRIGO MACHADO VILANI**

(DETUR/PPGEC/UNIRIO)

# SUMÁRIO

## CAPÍTULO I

*“Sustentabilidade: na contramão do agronegócio”*

PRODUTOS AGROECOLÓGICOS: ecoturismo e serviços ecossistêmicos no Bairro de Santa Teresa, Rio de Janeiro .....	27
---	----

*VILANI, Rodrigo Machado*

DO CAMPO AO CAMPUS: sobre os desafios de comercialização dos produtores rurais da microbacia do FOJO, Guapimirim (RJ).....	63
--	----

*BURSZTYN, Ivan; MARTINS, Leonardo Campos; PODESTÁ, Marcelo Aragão de*

AS PRAGAS IRÃO TODAS PARA SUA LAVOURA: ilhados em um mar de agrotóxicos .....	87
---	----

*GRASSI, Pedro Henrique; SEIXAS, Cristiane Marques; FERREIRA, Francisco Romão*

## CAPÍTULO II

*“Pequenos agricultores e práticas culturais na agricultura”*

PROTAGONISMO DE PRODUTORES E CONSUMIDORES NA CONSTRUÇÃO DE MERCADOS ALIMENTARES SUSTENTÁVEIS.....	125
---	-----

*MATTE, Alessandra; PREISS, Potira Viegas*

FEIRA VIVA OU VIVA A FEIRA?.....	157
----------------------------------	-----

*MENEGUEL, Cinthia Rolim de Albuquerque; TRICÁRIO, Luciano Torres*

CONSUMIDORES ORGANIZADOS EM PROL DA SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL: conexões entre Brasil e Equador .....	179
--	-----

*PREISS, Potira Viegas*

AGRICULTURA FAMILIAR NA HOTELARIA: uma perspectiva para o serviço de alimentação dos hotéis de Nova Iguaçu – Rio de Janeiro.....	209
--	-----

*LANÇA, Viviane Soares; MAIA PORTE, Luciana Helena*

## CAPÍTULO III

*“Novos caminhos em alimentação e gastronomia”*

PRODUÇÃO CIENTÍFICA DAS PLANTAS ALIMENTÍCIAS NÃO CONVENCIONAIS .....	245
--	-----

*LIBERALESSO, Andréia Maria; OLIVEIRA, Letícia de; SCHINAIDER, Alessandra*

*Daiana; SCHINAIDER, Anelise Daniela*

GEOFOOD: a produção de alimentos regionais fomentando a economia criativa .....	267
---	-----

*VALE; Tatiane Ferrari do; MOREIRA, Jasmine Cardozo; HORODYSKI, Graziela Scalise*

# PREFÁCIO

O debate sobre alimentação e sustentabilidade é mais um daqueles temas que nos convidam a romper com leituras compartimentadas a respeito das relações natureza-cultura. Nosso prato hoje abriga a complexidade do regime sociotécnico em que vivemos. De um lado, temos a expansão do debate sobre ingredientes, calorias, agrotóxicos, o risco microbiológico e a escassez de alimentos, que no seu limite impede a reprodução da vida. De outro, a dimensão dos valores, das regras morais, legislações e das formas de propriedade e desigualdade social que exercem seus efeitos sobre o mundo da natureza e se refletem no que comemos e quanto comemos. Por isso “somos o que comemos” não apenas em um sentido nutricional, mas pelas determinações de nosso estar no mundo social, cultural e natural.

No plano das relações indivíduo-sociedade, passamos a questionar a liberdade de nossas escolhas e percebemos como as determinações dos mercados globais padronizam os alimentos e desenraizam as culturas alimentares. No caso do Brasil, um país megadiverso, valorizamos excessivamente as culturas importadas e desprezamos as espécies regionais bem adaptadas. Temos inúmeras variedades de batata-doce, aipim, inhame, cará, que não recebem nos grandes mercados o prestígio da batata “inglesa”, ou mesmo o milho, que no passado estava muito mais presente em nossas tradições alimentares, foi substituído pelo trigo, cuja produção é 70% importada.

O aumento de demanda em escala global por apenas certos tipos de alimentos incentiva as monoculturas, a transgenia, o uso indiscriminado de agrotóxicos para produção intensiva, com graves danos à saúde humana e ao ambiente. A concentração de terras e de capitais nos setores de produção, distribuição e comercialização de alimentos em negócios altamente competitivos, excluem os pequenos produtores, que incapazes de se manterem como agricultores perdem suas terras, a autonomia de seu trabalho e a possibilidade de sustento que vem do morar, plantar e comer.

O desenvolvimento das relações capitalistas nos sistemas agroalimentares tem fabricado, portanto, uma natureza adequada à produção de lucros, mas com efeitos perversos para a sustentabilidade ambiental, a segurança alimentar e a justiça social. A monocultura da mente, nos termos de Vandana Shiva é o predomínio de uma lógica de poder e controle sobre a natureza, que impõe a perda da agrobiodiversidade e da sociodiversidade.

Se esse estado de coisas é resultado de determinações socioeconômicas poderosas, temos em contrapartida que o ato alimentar pode ser também uma ação cotidiana de resistência e de transformação social. Por isso, cabe perguntar: fazemos parte desta cadeia? Como fazemos parte? A quem empoderamos, quando nos alimentamos desta cadeia? Nosso prato de cada dia pode representar, portanto, um exercício de realocação da cultura alimentar, de solidariedade com os trabalhadores do campo, de solidariedade com os povos tradicionais, de

preocupação com os direitos dos animais e com o ambiente como um todo.

Como acontece o ponto de virada? Em que momento transformamos o ato de alimentar-se em um ato político? Sem dúvida vivemos um momento em que a alimentação - compreendida como parte de processos mais amplos que vão da produção à mesa - tornou-se um tema público favorecendo novas sensibilidades e esquemas interpretativos. Essa constatação, no entanto, não elimina a tarefa de descrever as conjunturas, os repertórios de ação e os valores que mobilizam diferentes atores a desenhar novas práticas de produção, de mercado e de alimentação.

Esta publicação conta um pouco das motivações de consumidores, estudantes, pesquisadores e agricultores, que partindo da temática da alimentação, desenham estratégias solidárias de desenvolvimento de mercados agroecológicos, de agroturismo e sistemas agrícolas que salvaguardam de forma integrada, o ambiente, modos de vida, técnicas e saberes tradicionais que podem representar alternativas mais justas de distribuição dos recursos naturais.

*Annelise Caetano Fraga Fernandez*



# APRESENTAÇÃO

No terceiro livro da Série Alimentação e Cultura, a adoção da perspectiva da sustentabilidade como elemento estruturante das análises, reflexões e propostas contidas em seus capítulos busca contribuir com os esforços teórico-metodológicos voltados para equilibrar o descompasso entre a dimensão econômica – preponderante – e as dimensões sociais, ambientais e culturais – negligenciadas dentro do padrão de desenvolvimento praticado no Brasil, em consonância com a ordem e os interesses do capitalismo global.

Na interface dos dois grandes temas desta obra existem dois eixos preponderantes: i) agrotóxicos; ii) agroecologia. Como resultado do aumento do consumo de agrotóxicos, há 10 anos o Brasil se tornou o maior consumidor mundial, com destaque para o uso em relação à área plantada, que “passou-se de 10,5 litros por hectare (l/ha) em 2002 para 12 l/ha em 2011” (CARNEIRO et al., 2015, p. 54). No Dossiê da Associação Brasileira de Saúde Coletiva (Abrasco) são destacados os riscos dos agrotóxicos para a saúde. Em um cenário de consumo crescente e de uma pretensa divergência quanto às evidências científicas é possível constatar, a partir do relatório, que, pelo menos, “um terço dos alimentos consumidos cotidianamente pelos brasileiros está contaminado pelos agrotóxicos” (CARNEIRO et al., 2015, p. 58). Importa destacar a crítica do relatório à ausência de um sistema de



registro oficial de casos de contaminação por agrotóxicos, tanto por trabalhadores rurais como da população (consumidores) em geral.

O Estado brasileiro se mostra, assim, forte para financiar o agronegócio e isentar os agrotóxicos de impostos, e, ao mesmo tempo, mínimo quando se trata de proteger a saúde da população e do ambiente dos impactos do atual modelo de produção dominante na agricultura brasileira. Trata-se de um modelo baseado na “Revolução Verde”, que de verde só tem o nome (uma de suas principais características foi a quimificação da agricultura). (CARNEIRO et al., 2015, p. 128).

Da mesma forma que não se justifica a denominação de Revolução Verde, menos sentido faz relacionar o padrão de agricultura industrial brasileiro a sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável. Ambos são, frequentemente, utilizados como sinônimos. Mesmo com significados distintos, deveriam ser aplicados ou utilizados no sentido de revisão de padrões – de produção e de consumo. Contudo, o mercado globalizado está articulado sobre a manutenção de um estado de dependência dos países do Sul, ocupantes do (en)cargo de exportação de produtos primários. O agronegócio é um setor preponderante e destacado na estrutura primário-exportadora do Brasil. A banca ruralista é o seu principal porta-voz e responsável pela defesa dos interesses do setor no Congresso Nacional.



Os ruralistas impuseram uma série de medidas contrárias aos interesses e à saúde pública da predominante sociedade urbano-industrial do país, como a readmissão de formas de trabalho análogas à escravidão, a aprovação de um novo Código Florestal (lei nº 12.651/2012) que não reconhece o insofismável papel das florestas no ciclo hidrológico em bacias hidrográficas expresso na redução e descaracterização das Áreas de Preservação Permanente (APPs), e o uso indiscriminado e exponencial de agrotóxicos no campo para abastecer as cidades com alimentos quimicamente contaminados que alteram o DNA das células sanguíneas das pessoas, gerando câncer (INCA, 2015; ABRASCO, 2013; BRASIL, 2016). Além de causar neoplasias, a exposição crônica combinada aos pesticidas “maneb” (fungicida) e “paraquat” (herbicida) aumentou em até 75% o risco de desenvolver Doença de Parkinson, segundo avaliação da saúde dos residentes da região agrícola do Central Valley, na Califórnia, realizada por Costello e colaboradores (2009). (MACHADO, VILANI, 2016, p. 30).

A bancada ruralista, que apresenta cerca de 220 deputados e 25 senadores, possui grande força política para a aprovação dos seus projetos como retrocessos na regulamentação dos agrotóxicos. O atual Ministro da Agricultura propôs, quando no exercício de seu mandato legislativo, o Projeto de Lei (PL) 6.299/2002. Por meio deste PL pretende-se flexibilizar a fiscalização e aplicação dos agrotóxicos e seu texto contém proposta de substituição do termo “agrotóxico” por “defensivo fitossanitário e produtos de controle ambiental”.

Nesta apresentação, sustentabilidade e desenvolvimento sustentável serão utilizados como sinônimos, apenas a título de



simplificação da argumentação proposta. Diante deste esclarecimento, cumpre destacar que:

Sustentabilidade [...] nos remete a uma dimensão temporal pela comparação de características de um dado contexto ecológico e sociocultural no passado, presente e futuro. O primeiro serve como parâmetro de sustentabilidade, enquanto que o último requer a definição do estado desejável da sociedade no futuro. Experiências políticas passadas, que tentaram impor às gerações presentes os sacrifícios necessários para construir o futuro revelam o relacionamento conflituoso e complexo subjacente a um problema aparentemente simples conceitual ou taxonômico. Enquanto as práticas dominantes na sociedade (econômica, política, cultural) são determinadas pelas elites de poder; essas mesmas elites são também as principais referências para a produção e disseminação de idéias, valores e representações coletivas. Assim, a força e a legitimidade das alternativas de desenvolvimento sustentável dependerão da racionalidade dos argumentos e opções apresentadas pelos atores sociais que competem nas áreas política e ideológica. (RATTNER, 1999, p. 234).

As propostas legislativas encaminhadas pelos ruralistas ignoram evidências científicas das áreas de Saúde Coletiva, Ciências Biológicas, Ciências Ambientais, Nutrição etc. Os atores do agronegócio, recentemente apoiados por uma forte propaganda em rede nacional, procuram difundir ‘valores’ e promover o agronegócio como bastião do desenvolvimento nacional. Obviamente, dados sobre uso de agrotóxicos e seus impactos sobre a saúde dos trabalhadores rurais e dos consumidores não encontram o mesmo espaço de divulgação.

Caminhar em sentido oposto às evidências científicas existentes passa ao largo de qualquer proposta teórica de sustentabilidade. Um importante argumento jurídico, uma vez que o lobby ruralista está enraizado no Congresso Nacional, está no princípio da precaução. Para Aragão (2010, p. 9) o processo decisório não deve prescindir das ciências e das técnicas “na medida em que o princípio da precaução pressupõe uma avaliação científica dos aspectos testáveis e verificáveis do risco antes da adoção de qualquer medida”, i. e., “as medidas são tomadas por causa dos dados científicos, e não à revelia da ciência; mantêm-se em vigor em virtude dos dados científicos, e não contra eles” (2010, p. 10).

Os atores do agronegócio atribuem a si próprios o sucesso do desenvolvimento nacional e pautam-se sobre o imaginário da abundância e a ilusão de progresso para escamotear que “o extrativismo tem sido um mecanismo de saque e apropriação colonial e neocolonial” (ACOSTA, 2016, p. 50). É possível, parafraseando a crítica de Dean (1996, p. 139) à corte portuguesa, admitir que a elite brasileira contemporânea permaneça, “impassível, concentrando suas esperanças nos dotes naturais do Brasil, que lhe parecem ilimitados”.

Nesse sentido, o desinteresse do Estado em exercer suas competências para aplicar as normas sobre agrotóxicos tem origem em “um acordo tácito e histórico entre políticos, empresários e grandes produtores de alimentos para manter as condições de produção agrícola com competitividade e lucratividade” (SOBREIRA, ADISSI, 2003, p. 987).

Essa conjuntura favorece “um estado público de ignorância social (negando a existência dos riscos, ou sonogando informações sobre os riscos) [no qual] permite-se que cada vez se produzam mais riscos” (AYALA, 2010, p. 265).

Ainda que a proposta do livro *Alimentação e Sustentabilidade* não seja diretamente discutir os riscos concretos e abstratos do uso de agronegócios no País, essa questão é um dos elementos estruturantes centrais para qualquer análise sobre o tema que se proponha crítica e socioambientalmente orientada.

Isso porque, ainda que pareça óbvio, é necessário dar visibilidade ao fato de que não há que se falar em sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável na ‘agricultura industrial’ em um cenário de uso excessivo de agrotóxicos, violência no campo, concentração de terras, reforma agrária ineficiente (e mesmo inexistente), favorecimento e forte lobby político do setor, retrocessos socioambientais...

Logo, a série *Alimentação e Cultura* se insere no rol de esforços teórico-metodológicos empreendidos para fomentar e subsidiar o debate sobre o tema e valorizar e dar visibilidade às alternativas e movimentos que caminham no sentido oposto ao do grande agronegócio brasileiro. Dentro dessa perspectiva panorâmica, o livro *Alimentação e Sustentabilidade* apresenta experiências nascidas da responsabilidade que deve nortear a pesquisa científica – especialmente a de natureza pública – nesse Brasil que parece andar em marcha a ré. Esta obra, portanto, tem origem no reconhecimento da relevância da inserção e da aplicabilidade socioambiental da pesquisa científica brasileira que, esperamos, cada vez



mais, de natureza contra hegemônica e orientada de forma propositiva e crítica.

A crise da “sociedade de consumo”, os valores do conceito de sustentabilidade, a disseminação de informações sobre abordagens nutricionais múltiplas e sobre doenças relacionadas aos riscos alimentares e à obesidade, o surgimento de novas ideologias alimentares e movimentos sociais em torno da alimentação foram os elementos que estruturaram, inicialmente, a concepção desta obra.

A partir de sua construção e da conjuntura na qual se inserem os debates aqui reunidos, o Livro III – Alimentação e Sustentabilidade encontra-se organizado em três seções: 1. Sustentabilidade: na contramão do agronegócio; 2. Pequenos agricultores e Práticas culturais na agricultura; 3. Novos caminhos em alimentação e gastronomia.

Na primeira seção, são apresentados argumentos suficientes para uma visão crítica quanto ao agronegócio no Brasil. Os três capítulos que compõem ‘Sustentabilidade: na contramão do agronegócio’ trazem importantes considerações gerais e específicas, como o uso de agrotóxicos, para criticar o padrão industrial da agricultura nacional. No capítulo 1, *“Produtos agroecológicos: ecoturismo e serviços ecossistêmicos no Bairro de Santa Teresa, Rio de Janeiro”*, **Rodrigo Machado Vilani** traz elementos teóricos estruturantes que contribuirão para a leitura da obra como um todo. A partir de uma abordagem interdisciplinar o autor circunscreve agricultura, agroecologia e, mais detalhadamente, o alcance e as limitações do termo sustentabilidade. A conjuntura do agronegócio brasileiro e a produção agroecológica como uma alternativa contra



hegemônica são discutidas de forma crítica. Para tanto, traça um paralelo com o ecoturismo para ressaltar a importância de movimentos de resistência ao padrão primário-exportador brasileiro. No estudo proposto, apresenta uma discussão em torno do ‘Raízes do Brasil’, localizado no Rio de Janeiro, coordenado pelo Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), que se constitui em um espaço de valorização da cultura camponesa, divulgação de conhecimento e de produtos agroecológicos, oferta de alimentação saudável e lazer.

O Capítulo 2, ‘*As pragas irão todas para sua lavoura: ilhados em um mar de agrotóxicos*’, de **Pedro Henrique Grassi, Cristiane Marques Seixas e Francisco Romão Ferreira**, também se apresenta criticamente à banalização do uso de agrotóxicos e de Organismos Geneticamente Modificados (OGM). Questionam a utilização destes recursos da agricultura convencional por pequenos agricultores. Sob uma perspectiva antropológica, os autores analisam a construção do discurso que sedimenta técnicas do agronegócio, e de interesse transnacional, por pequenos agricultores. A ideia de que as pragas irão dominar a lavoura desprotegida (aquela sem agrotóxico e OGM) reflete a hegemonia do modo de produção capitalista. O enraizamento deste pensamento hegemônico dificulta a expansão de uma lavoura que se proponha sustentável. Ao final destacam o modo predatório de produção convencional e a violência contida no discurso oficial das empresas transnacionais dos setores de alimentos, medicamentos e do agronegócio.



A primeira seção é encerrada com o relato de experiência ‘*Do campo ao campus: sobre os desafios de comercialização dos produtores rurais da microbacia do Fojo, Guapimirim (RJ)*’, de **Ivan Bursztyn, Leonardo Campos Martins e Marcelo Aragão de Podestá**. Os autores destacam, de início, a expansão de consumidores voltados para produtos sem agrotóxicos. Os resultados ressaltam a importância e os impactos positivos da inserção social da Universidade no campo – no caso, a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Foram acentuadas entre as dificuldades para a distribuição e comercialização de alimentos agroecológicos nas cidades, questões de logística e transporte, cumprimento das normas sanitárias e fiscais, acesso a crédito e existência de espaços de comercialização adequados. Dessa forma, os resultados da iniciativa realizada na UFRJ corroboram o grande valor da articulação entre universidade e a agricultura familiar, a importância de ampliação de espaços de comercialização, seja no campus ou em locais específicos como o Raízes do Brasil (v. Cap. 1), a necessidade de se divulgar e valorizar os movimentos, as iniciativas e as redes de colaboração que têm se articulado para construir alternativas aos produtos do agronegócio brasileiro.

A partir do pano de fundo traçado na primeira seção, ‘Pequenos agricultores e Práticas culturais na agricultura’ reúne experiências diversas na interface Alimentação e Sustentabilidade. Como tem sido destacado nesta Apresentação, é dada relevância à divulgação e visibilidade de iniciativas, práticas e movimentos que vão de encontro ao padrão de agricultura posto no País. O capítulo *Protagonismo de produtores e*



*consumidores na construção de mercados alimentares sustentáveis*’ de **Alessandra Matte** e **Potira Viegas Preiss** traz duas iniciativas de mercados que operam em favor de uma rede de agricultores e pecuaristas familiares em Alto Camaquã, no interior do Rio Grande do Sul, e em São Paulo. As autoras constataram que a concretização do amplo acesso a “sistemas alimentares socialmente mais justos” demanda a colaboração ativa entre produtores e consumidores. Concluem, a partir dos resultados obtidos nos estudos de caso, que o formato de rede dos mercados favorece a autonomia de agricultores e pecuaristas familiares e, por consequência, contribuem para o desenvolvimento local sustentável.

Em *‘Agricultura Familiar na Hotelaria: uma perspectiva para o serviço de alimentação dos hotéis de Nova Iguaçu – Rio de Janeiro*’, **Viviane Soares Lança** e **Luciana Helena Maia Porte**, a exemplo do capítulo anterior, discutem uma experiência integradora entre produtores familiares e consumidores urbanos. No caso, o mercado potencial em restaurantes de hotéis de Nova Iguaçu, município da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, para produtos da Cooperativa de Agricultura Familiar de Produtos Orgânicos – Univerde. Entre os resultados obtidos, a agricultura familiar favoreceu que “agricultores que se encaixavam no perfil de grupos vulneráveis ou excluídos se transformaram em atores locais ativos pela luta de melhoria da qualidade de vida”. Por fim, as autoras destacam a relevância de políticas municipais de incentivo ao consumo da produção proveniente da agricultura familiar.

Em seguida, **Potira Preiss** traz um estudo comparado em *‘Consumidores organizados em prol da segurança alimentar e nutricional: conexões*



*entre Brasil e Equador*. A autora apresenta iniciativas de abastecimento comunitário como estratégias de re-localização e ressocialização “que se articulam para criar dinâmicas de abastecimento alimentar mais socialmente inclusivos, economicamente justos e ecologicamente sustentáveis”. São trazidos dois estudos de caso - Movimento de Integração Campo Cidade (MICC) em São Paulo e Canasta Comunitária Utopia em Riobamba (Equador). As duas iniciativas oferecem produtos da agricultura familiar a consumidores urbanos há mais de 25 anos. A entrega de cestas com produtos que respeitam a sazonalidade da produção contribui para a diversificação da dieta dos consumidores, além da oferta de produtos saudáveis. Ambos os casos apresentam-se como bem-sucedidos movimentos contra hegemônicos que têm se espalhado pelos grandes centros do Brasil. As experiências permitem reconhecer a demanda crescente por produtos da agricultura familiar e a importância da gestão comunitária, da governança compartilhada e da mobilização política nesse processo.

No último capítulo desta seção, *Feira Viva ou Viva a Feira?*, **Cinthia Rolim de Albuquerque Meneguel** e **Luciano Torres Tricário** analisam o Festival Feira Viva, que reúne pequenos produtores para comercializar produtos diretamente ao consumidor final, além de realizar debates diversos. Os resultados obtidos relevam o “protagonismo do pequeno produtor artesanal no Festival Feira Viva, que interage de modo sustentável com toda a cadeia alimentar, compartilhando seus conhecimentos e técnicas com os visitantes, apresentando produtos nativos, sensibilizando olhares para as tradições



alimentares e para a identidade cultural”. A título de conclusão é destacado o papel do festival gastronômico para a disseminação e valorização do patrimônio imaterial associado à produção familiar.

Na terceira e última seção deste Livro, ‘Novos caminhos em alimentação e gastronomia’, temos como capítulo inicial a *Produção científica das plantas alimentícias não convencionais*, de **Andréia Maria Liberalesso, Letícia de Oliveira, Alessandra Daiana Schinaider e Anelise Daniela Schinaider**, no qual é destacado o crescimento das pesquisas sobre Plantas Alimentícias não Convencionais (PANC). A produção científica sobre o tema está concentrada em países como Estados Unidos e Japão. Daí, a importância de se desenvolverem pesquisas no País tendo em vista o papel das PANC para a sustentabilidade e a soberania alimentar, quiçá para fortalecer o movimento de resistência à expansão do agronegócio no Brasil.

Em *GEOFOOD: A produção de alimentos regionais fomentando a economia criativa*, **Tatiane Ferrari do Vale, Jasmine Cardozo Moreira e Graziela Scalise Horodyski** apresentam iniciativas de comercialização de souvenirs gastronômicos em três geoparks de Portugal - Açores, Arouca e Naturtejo. As autoras discutem a associação dos atributos geológicos, geomorfológicos e paleontológicos à gastronomia local para seu reconhecimento como atrativo turístico. Concluem pela importância do tema no Brasil, apesar de ainda pouco pesquisado e aplicado em território nacional, destacando o papel dos geofoods para a indústria criativa, o turismo e o desenvolvimento local.



Os capítulos desta obra, portanto, articulam diferentes abordagens, conceitos, áreas do conhecimento, métodos e técnicas, integrando esforços teórico-metodológicos para subsidiar o debate nacional quanto à produção sustentável de alimentos saudáveis, com valorização da cultura camponesa e da agricultura familiar, de técnicas tradicionais de cultivo e a aproximação entre produtor e consumidor. É possível observar, a partir dos resultados obtidos nos diversos estudos de caso e nas distintas reflexões teóricas realizadas, a insatisfação com o padrão imposto pelo agronegócio nacional, a demanda por produtos da agricultura familiar, o movimento contra o uso de agrotóxicos e o crescimento de redes, associações e cooperativas, entre outros, para a criação / ampliação de espaços para a comercialização de produtos agroecológicos. Dessa forma, as pesquisas desempenharam um papel crucial da ciência, especialmente necessário no Brasil contemporâneo, o da integração científica ao engajamento cívico. Ao se posicionar criticamente, as pesquisadoras e os pesquisadores aqui reunidos, em diferentes formatos, contribuem para um movimento contra hegemônico, de resistência à violência e à degradação ambiental promovidas pelo agronegócio brasileiro. Em última análise, espera-se contribuir para favorecer a materialização de um padrão sustentável de produção, distribuição e consumo de produtos da agricultura e da pecuária familiar, a disseminação da cultura camponesa e a divulgação de movimentos e iniciativas de resistência no Brasil.

*Rodrigo Machado Vilani*

*Maria Amália Silva Alves de Oliveira*

## Referências

- ACOSTA, A. Extrativismo e neoextrativismo: duas faces da mesma maldição. DILGER, G.; LANG, M.; PEREIRA FILHO, J. (Orgs.). **Descolonizar o imaginário: debates sobre pós-extrativismo e alternativas ao desenvolvimento**. São Paulo: Fundação Rosa Luxemburgo, 2016. p. 46-85.
- ARAGÃO, A. Dimensões europeias do princípio da precaução. **Revista da Faculdade de Direito da Universidade do Porto**, número especial, p. 1-37, 2010.
- AYALA, P. A. O direito ambiental das mudanças climáticas: mínimo existencial ecológico e proibição de retrocesso na ordem constitucional brasileira. In: BENJAMIN, A. H.; IRIGARAY, C. T.; LECEY, E.; CAPPELI, S. (Orgs.). **Florestas, mudanças climáticas e serviços ecológicos**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2010. p. 261-294.
- CARNEIRO, F. F.; AUGUSTO, L. G. S.; RIGOTTO, R. M.; FRIEDRICH, K.; BÚRIGO, A. C. (Org.). **Dossiê ABRASCO: um alerta sobre os impactos dos agrotóxicos na saúde**. Rio de Janeiro: EPSJV; São Paulo: Expressão Popular, 2015.
- DEAN, W. **A ferro e fogo: a história e a devastação da Mata Atlântica brasileira**. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.
- MACHADO, C. J. S.; VILANI, R. M. Do Brasil que temos para o Estado Ambiental que precisamos. In: MACHADO, C. J. S.; VILANI, R. M. **Temas e problemas da vida em sociedade no Brasil**. Rio de Janeiro: E-papers, 2016. p. 9-77.
- RATTNER, H. Sustentabilidade - uma visão humanista. **Ambiente e Sociedade**, n. 5, p. 233-240, 1999.
- SOBREIRA, A. E. G.; ADISSI, P. J. Agrotóxicos: falsas premissas e debates. **Ciência e Saúde Coletiva**, v. 8, n. 1, p. 985-990, 2003.





# CAPÍTULO I

*“Sustentabilidade: na contramão do  
agronegócio”*





# **PRODUTOS AGROECOLÓGICOS: ecoturismo e serviços ecossistêmicos no Bairro de Santa Teresa, Rio de Janeiro**

VILANI, RODRIGO MACHADO

## **INTRODUÇÃO**

Para uma primeira análise sobre produtos agroecológicos, particularizada sob o prisma do ecoturismo, consoante proposta deste capítulo, é preciso situar e, em especial, diferenciar sua forma de produção da agricultura convencional, ou simplesmente agricultura.

Agricultura, agricultura industrializada ou agronegócio referem-se indistintamente, conforme esclarece Dulley (2003), a um sistema de produção cujo objetivo central é o aumento continuado da produtividade. Além disso, esta “agricultura moderna, utilizada principalmente em grandes propriedades de produção de maior escala, não tem se mostrado sustentável” (PADUA et al., 2013, p. 227).

Na outra ponta da produção de alimentos, estão os sistemas denominados de agroecologia, agricultura alternativa, entre outros termos, “nos quais o ambiente desempenha um papel fundamental e ativo” (DULLEY, 2003, p. 98). Isto é, a relação com a natureza, o conhecimento tradicional, a agricultura familiar, o manejo sustentável dos ecossistemas e o afastamento da (agro)química são algumas características específicas dos produtos agroecológicos. Fontoura e Naves (2016) acentuam que a crise econômica de 2008 relevou o papel de sistemas agroalimentares em escala global e, no Brasil, desde a década



de 1980 a agroecologia emerge em resistência ao agronegócio “como movimento social que propõe uma prática agrícola alternativa, que vem se constituindo como ciência na última década, e tendo sido reconhecida como ciência, em 2006, pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa)” (p. 330).

Ao reconhecimento do valor científico da agroecologia, soma-se sua potencial contribuição socioeconômica. De acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), com base em dados de 2017 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), o “PIB [Produto Interno Bruto] do agronegócio compreende, além das atividades primárias realizadas no estabelecimento, as atividades de transformação e de distribuição, e por essa razão o agronegócio participa com 23% a 24% do PIB [nacional].” (BRASIL, 2017). Deste total, valendo-se de dados de 1995 a 2005, Guiloto (2007 apud PÁDUA et al., 2013) estimou a agricultura familiar em 9% do PIB nacional.

A produção agroecológica tem aumentado sua visibilidade e:

Tendo em vista as vantagens ao consumir os alimentos orgânicos, tanto para a saúde humana quanto para o ambiente, por receber um novo tratamento por meio das bases agroecológicas, a viabilidade econômica desse mercado encontra-se em considerável ascensão, favorecendo o aumento da produção e melhorando a renda dos agricultores. (PADUA et al., 2013, p. 227).

Nesse cenário, em 2012, entra em vigor a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica, instituída pelo Decreto nº 7.794. No artigo 2º, I do Decreto 7794/2012 estão definidos como produtos da sociobiodiversidade os bens e serviços gerados a partir de recursos da



biodiversidade, destinados à formação de cadeias produtivas de interesse dos beneficiários da Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, que promovam a manutenção e valorização de suas práticas e saberes, e assegurem os direitos decorrentes, para gerar renda e melhorar sua qualidade de vida e de seu ambiente. A norma tem o mérito de reconhecer e valorizar a sociobiodiversidade brasileira. Da mesma forma, consolida essa perspectiva diante da realidade objetiva da produção agroecológica, uma vez que:

O Brasil é o maior consumidor de produtos orgânicos da América Latina, e esse consumo não chega a 1% do mercado de alimentos. Entretanto boa parte dessa produção é adquirida pelo mercado internacional, sobretudo Japão, Estados Unidos e União Europeia. Dessa forma, as exportações giram em torno de 70% da produção orgânica nacional, sendo que 80% de toda a produção é derivada da agricultura familiar, e 20%, da agricultura patronal. Essa comercialização movimenta em torno de 250 milhões de dólares anualmente. (PADUA et al., 2013, p. 232).

É preciso ampliar a rede de produção agroecológica e, para isso, caminhar na contramão do agronegócio e de sua expansão produtiva e de consumo de agrotóxicos. Esse movimento contra hegemônico tem respaldo legal e, portanto, exige a implementação de políticas públicas que promovam e estimulem seu desenvolvimento. No Decreto 7272/2010 está definida a diretriz de promover o abastecimento e estruturar sistemas sustentáveis e descentralizados, de base agroecológica, de produção, extração, processamento e distribuição de alimentos. Este decreto, ainda, institui a Política Nacional de Segurança



Alimentar e Nutricional, que possui relação direta e indissociável com a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica.

A previsão legal, por si só, não garante a sustentação política de ações programáticas para o setor. A expansão do mercado agroecológico e dos movimentos de resistência contra o agronegócio e o uso de agrotóxicos pode estar relacionada à recente propaganda pró-agronegócio desencadeada na mídia nacional. Esta reação ecoa também na mobilização política da chamada bancada ruralista, que defende interesses de seu setor por meio de mudanças e retrocessos na legislação ambiental, como ocorreu no trâmite para a revogação do Código Florestal de 1965 e a promulgação da Lei 12/651/2012.

A queda do preço internacional de commodities, especialmente do petróleo, acentuou a crise econômica e contribuiu para um processo político conflituoso que persiste nas esferas federal e estadual. A defesa de interesses setoriais no Legislativo e no Executivo acentuou-se a partir de 2016, diante de uma crise institucional no Brasil e, de forma ainda mais grave, no Estado do Rio de Janeiro. A conjuntura nacional é extremamente complexa e paradoxal, condizente com a prática do presidencialismo de coalização adotado no País (MACHADO; VILANI, 2015, 2016). Apesar da situação atual, persiste uma propaganda oficial de progresso alcançado por meio de avanços nas áreas de energia, agricultura, mineração e, em particular, com os grandes projetos de investimento (GPIs) retomados com os Programas de Aceleração do Crescimento (PACs 1 e 2) lançados em 2007 e 2010.



Atualmente, o aporte do capital privado, contrariamente ao controle estatal dos anos 1970, produziu uma responsabilidade pela infraestrutura que “acabou tendo como corolário a privatização dos processos de planejamento e controle territorial que são intrínsecos aos grandes projetos” (VAINER, 2007, p. 11).

No Estado do Rio de Janeiro, um dos poucos e principais redutos do que resta da biodiversidade da Mata Atlântica, esse modelo se reproduziu de maneira semelhante, de acordo com as especificidades relacionadas, basicamente, ao determinismo físico das jazidas petrolíferas. Investimentos em empreendimentos portuários, como a construção do Porto do Açu e a ampliação do Porto de Itaguaí, da cadeia petrolífera e petroquímica - Complexo Petroquímico do Rio de Janeiro (COMPERJ), de infraestrutura, como o Arco Metropolitano do Rio de Janeiro, e na indústria de transformação, como as Siderúrgicas da Gerdau e da Temium, levaram o padrão de desenvolvimento, praticado na esfera federal, a praticamente toda extensão litorânea do Rio de Janeiro. No caso do Porto do Açu, no norte fluminense, pode-se ilustrar com a Ação Civil Pública impetrada, em 2013, pelo Ministério Público Federal (MPF) no Tribunal Regional Federal da 2ª. Região (TRF) contra o grupo responsável pela implantação do empreendimento. A ação foi movida em razão salinização da água doce utilizada por agricultores em São João da Barra, causada pelas obras de dragagem do Porto. Este impacto foi confirmado por meio de pesquisa realizada pela Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF) cujos resultados subsidiaram a ação com base na presença de indícios de que “a



salinização em áreas do solo, de águas doces em canais e lagoas e de água tratada para o consumo humano” está relacionada às obras do porto (TRF, 2013). A agricultura familiar, a cultura camponesa e grupos tradicionais diversos são as vítimas preferenciais do padrão de desenvolvimento brasileiro.

Pode se admitir que diante da privatização do ordenamento territorial observada no País e, particularmente, no Estado do Rio de Janeiro, alternativas ao padrão de desenvolvimento primário-exportador são negligenciadas em razão de representarem um rompimento com o padrão primário-exportador de desenvolvimento que é sustentado por políticas e ações federais e estaduais voltadas para atender o mercado internacional.

No tocante ao presente capítulo, a questão central está relacionada à possibilidade de adaptação da concepção de ecoturismo, por meio do qual o visitante, de forma indireta, aproxima-se de serviços ecossistêmicos culturais, compreendidos como os valores intangíveis obtidos da natureza. Sob essa perspectiva, defende-se o ecoturismo como movimento contra hegemônico e, no caso em tela, de resistência ao agronegócio e à concentração fundiária, violência rural, lobby da bancada ruralista, degradação da natureza e uso de agrotóxicos.

Ao trazer elementos para discussão e reflexão, busca-se fornecer subsídios para reverter os baixos investimentos em turismo e agricultura familiar que, por analogia, estão relacionados às mesmas causas da escassez de recursos públicos para a conservação ambiental, que, no caso do Rio de Janeiro, segundo Vallejo (2005) são: i) a priorização de



atividades produtivas, com retorno de curto prazo; ii) a concentração de investimentos na região metropolitana; e iii) a divulgação insuficiente dos serviços ambientais oferecidos pelas unidades de conservação, acarretando baixo apelo social ao tema.

Para tanto, optou-se por analisar a proposta do Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA) de criar o espaço Raízes do Brasil, no Bairro de Santa Teresa, onde são comercializados, aos sábados, produtos agroecológicos, café da manhã, almoço e petiscos diversos, além de serem realizados encontros e debates políticos. Este capítulo tem por objetivo compreender e discutir a oferta de produtos agroecológicos no Bairro de Santa Teresa. Especificamente, pretende-se identificar as motivações dos visitantes do Raízes do Brasil e se existe correlação com os valores culturais, educacionais e sociais dos serviços ecossistêmicos.

### **Produtos agroecológicos: resistência e sustentabilidade**

A expressão desenvolvimento sustentável, segundo Veiga (2006, p. 190) foi empregada “pela primeira vez em agosto de 1979, no Simpósio das Nações Unidas sobre as Inter-relações entre Recursos, Ambiente e Desenvolvimento, realizado em Estocolmo, e no qual W. Burger apresentou um texto intitulado A busca de padrões sustentáveis de desenvolvimento”.

Por outro lado, parte da literatura (ROMEIRO, 2003; LEIS, 1999) aponta o surgimento da expressão como desdobramento da concepção de ecodesenvolvimento, termo cunhado na década de 1970, como proposta alternativa ao crescimento meramente econômico.



Montibeller Filho (1993) indica, a partir de revisão de literatura, que o surgimento do codesenvolvimento ocorreu durante a Conferência de Estocolmo em 1972, sendo utilizado nesta oportunidade por Maurice Strong e, posteriormente, difundido por Ignacy Sachs.

Desenvolvimento sustentável pode ter surgido, ainda, em 1983, durante Assembleia Geral da ONU, que dava início às discussões que culminariam no Relatório “Nosso Futuro Comum” (OSORIO et al., 2005, p. 502). Enfim, o único consenso em relação ao surgimento do termo desenvolvimento sustentável é que apenas em 1987, através do Relatório “Nosso Futuro Comum” ou Relatório Brundtland, em homenagem à presidente da Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento Gro Harlem Brundtland, cunhou-se o conceito, hoje utilizado mundialmente: “Desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento que alcança as necessidades do presente sem comprometer a habilidade das gerações futuras de atender suas próprias necessidades” (UNITED NATIONS, 2008).

Apesar da crescente literatura sobre desenvolvimento sustentável, não se chegou a uma leitura doutrinária consensual, pelo contrário, são apontadas críticas pelo seu caráter meramente teórico, vago e muito amplo e, assim, com pouca orientação prática (FARZIN, 2002; LENZI, 2005).

A amplitude do conceito, classificado de polissêmico por Jatobá, Cidade e Vargas (2009, p. 62), acaba por permitir sua apropriação por diversos atores e em defesa de diferentes interesses, característica que acabou por banalizar a sustentabilidade, aprofundando a distância entre o



discurso e a eficácia de políticas ambientais, conforme advertem Fonseca e Bursztyn (2009). Nesse sentido, a multiplicidade de atores envolvidos e a complexidade da discussão configuram elementos que conduzem a uma diversidade de apropriações do termo sustentabilidade. Nas palavras de Montibeller Filho (2004, p. 58), essa variação se deve à “existência de apropriações diferenciadas [...] por grupos sociais de interesse”. Ilustrativamente é possível objetivamente verificar um forte apelo midiático para defesa do agronegócio como sustentável no Brasil. A força política e econômica do agronegócio, estrutural e estruturante do padrão primário-exportador no Brasil, é uma clara materialização da subjugação do termo.

Veiga (2006, p. 165) parte de conceituação científica e afirma que “a sustentabilidade não é, e nunca será, uma noção de natureza precisa, discreta, analítica ou aritmética, como qualquer positivista gostaria que fosse”. Nos dizeres de Carneiro (2005, p. 27), o termo é uma expressão perfeita da “dominância da onda geral de ‘aconceitualidade’ dos anos de 1990”.

Nesse sentido, entende-se que a exploração da sociobiodiversidade pelo agronegócio no Brasil reflete a impossibilidade de existência de um modelo de sustentabilidade sob o manto das “relações capitalistas” que, efetivamente, “não condizem com um modelo de desenvolvimento sustentável” (FOLADORI, 2001, p. 210). Isso porque, parece ser intrínseco ao capital destruir suas próprias condições naturais de reprodução, processo que corresponde à chamada segunda contradição do capitalismo (MINGIONE, 1993; CARNEIRO,



2005; MONTIBELLER FILHO, 2004; FOLADORI, 2001). Essa característica, por um lado, impõe reconhecer a necessidade de uma ruptura, no Brasil, com o padrão primário-exportador e de concentração de terras, e, por outro, implica em reconhecer obstáculos políticos e institucionais nesse processo de superação do imediatismo para a adoção de uma visão de longo prazo, reflexiva e participativa.

Assim sendo, ainda que sejam evidentes as “tensões e ambigüidades” (LEIS, 1999, p. 156) do conceito de desenvolvimento sustentável, tem-se como elemento estruturante deste capítulo uma proposta teórica para contribuir com a proposição do ecoturismo como alternativa ao desenvolvimento. A proposta não é ingênuo ou utópica e assenta-se sobre as três características apontadas por Sachs (2002, p. 35) para situar o Brasil como um dos países capazes de empreender os “três pilares do desenvolvimento sustentável”, quais sejam: “relevância social, prudência ecológica e viabilidade econômica”.

É preciso relevar a questão social no âmbito da sustentabilidade, visto que a complexidade nos remete à observação de Acselrad (2001, p. 34) em relação ao nascedouro das duas problemáticas, o que, nas palavras do autor, implica reconhecer que a “raiz da degradação do meio ambiente” é “a mesma da desigualdade social” e, apesar de “ecologicamente interligado, o mundo é socialmente fragmentado”, devido à preponderância da “desigualdade ao acesso e uso da base material da existência” (RIBEIRO, 2003, p. 405). Desse modo,



[...] para os muitos mundos em que se divide o planeta pela desigualdade social entre classes e regiões, a questão da pressão agregada sobre os recursos ambientais é atravessada pelas temáticas da desigualdade distributiva, da dependência financeira, da desigualdade no controle dos mecanismos de comércio e dos fluxos de tecnologia. Tais mecanismos se originam na desigual correlação de forças econômicas e políticas que regulam o acesso de classes e países à base material do desenvolvimento. Dessa desigualdade nascem e, ao mesmo tempo, circularmente, a ela alimentam (ACSELRAD, 2001, p. 34).

A multiplicidade de atores e interesses desvela um abismo entre os discursos público e privado e a realidade brasileira e mesmo global nos dias atuais. Fato este que mantém verídico e contemporâneo o alerta de Sachs (2002, p. 55): a “História nos pregou uma peça cruel. O desenvolvimento sustentável é, evidentemente, incompatível com o jogo sem restrições das forças do mercado”.

Isso porque a forma de exploração dos recursos naturais, baseada em sua suposta inesgotabilidade, “indica a limitação do mercado como mecanismo regulador do manejo” desses recursos. No mesmo sentido, “a intervenção do Estado não tem significado uma alternativa eficaz na proteção do meio ambiente e dos recursos naturais” (GÓMEZ, 2001, p. 101-102). Logo,

Pensar a sustentabilidade em uma sociedade tão diversa e desigual como a brasileira requer, além de uma revolução da eficiência e da suficiência, equacioná-la impreterivelmente à diversidade cultural, à democratização do acesso aos recursos naturais e à distribuição dos riscos da produção industrial (ZHOURI; LASCHEFSKI; PEREIRA, 2005, p. 18).



O ecoturismo pode ser pensado como um elemento de transição, de revolução ou de ruptura que leve para um modelo de desenvolvimento sustentável?

Como primeiro elemento de resposta, cumpre pontuar a previsão constitucional do art. 180, no qual se impõe à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios a promoção e o incentivo ao turismo como fator de desenvolvimento social e econômico (BRASIL, 1988). Uma vez que a interpretação constitucional dá-se em seu todo, segundo leitura de Machado e Vilani (2010), o desenvolvimento previsto no art. 180 deve pautar-se sobre os pressupostos constitucionais do desenvolvimento sustentável, quais sejam: desenvolvimento nacional (art. 3º, II); redução das desigualdades regionais e sociais (art. 3º, III); existência digna em consonância com a preservação ambiental (art. 170, caput c/c VI); meio ambiente ecologicamente equilibrado; equidade intergeracional (art. 225, caput).

Como desdobramento lógico dos dispositivos constitucionais, em interpretação da Lei 11.771, de 17 de setembro de 2008, que instituiu a Política Nacional de Turismo, Vilani (2012a) destaca a vinculação expressa aos princípios constitucionais da livre iniciativa, da descentralização, da regionalização e do desenvolvimento econômico-social justo e sustentável. Textualmente, “a Política Nacional de Turismo, em seus artigos 3º e 4º, afirma o necessário direcionamento do turismo para o desenvolvimento sustentável” (VILANI, 2012a, p. 66).

Ao Poder Público é imposto o dever de promover e incentivar o turismo sustentável. Logo, também o ecoturismo precisa ser tomado



como política de Estado. A atuação da Administração Pública no planejamento e na gestão deve adotar por premissa a regulação e a orientação “das iniciativas públicas e privadas a serem implementadas de modo responsável para que propiciem um desenvolvimento harmonioso da economia e da sociedade com o mínimo de prejuízo ao ambiente e à cultura que o concebe” (LANZARINI; BARRETTO, 2014, p. 195).

A reprodução do padrão primário-exportador, refletido nos GPIs do Estado do Rio de Janeiro, demanda uma revisão no planejamento público, de forma a dar centralidade ao ecoturismo – em áreas naturais, zonas urbanas e rurais, conforme será destacado na próxima seção. Entre os resultados possíveis de um reordenamento territorial realizado a partir das especificidades, experiências e demandas das populações locais pode-se reequilibrar e regulamentar a distribuição de processos produtivos, promover o ecoturismo como atividade de desenvolvimento socioeconômico, valorizar o conhecimento tradicional e a cultura camponesa e contribuir para a redução das desigualdades sociais e regionais, no campo e na cidade (CASAGRANDE, SOUZA, 2012; RÜCKERT, 2007, BECKER, 1991). Apartado do interesse de grandes empresas, com respaldo de políticas de turismo participativas e inclusivas, o “ecoturismo pode ser uma alternativa de desenvolvimento econômico e sustentável, aliando geração de renda e empregos à preservação e conservação dos recursos e da qualidade do meio ambiente” (MIKHAILOVA; MULBEIER, 2008, p. 05).

A configuração de um “tal modelo de governança turística”, com protagonismo de comunidades tradicionais, não é simples. Seria ingênuo



pensar o contrário. Tampouco se pode reputar como impossível. Como caracterizado anteriormente, sua realização está atrelada a uma ruptura. Esta é a gênese do ecoturismo aqui defendido. De toda forma, não se pode escamotear o papel do “Estado como órgão planejador e gestor, que orienta os recursos financeiros e promove investimentos diretos no setor, concedendo incentivos fiscais e ordenando os territórios para o desenvolvimento da economia local, regional e nacional.” (LANZARINI; BARRETTTO, 2014, p. 194-195).

No mesmo sentido, com base em Ansarah (2001) e Vilani (2012a), um modelo de desenvolvimento ecoturístico que se proponha sustentável passa pela internalização de ações para: 1) definir e implementar metas e objetivos mensuráveis de longo prazo; 2) desenvolver o ecoturismo em harmonia com as especificidades das áreas naturais e com a valorização dos povos e comunidades tradicionais e dos patrimônios culturais, históricos e paisagísticos; 3) fortalecer as práticas comunitárias de gestão e de desenvolvimento da atividade ecoturística, com a participação e o protagonismo dos atores sociais, comunidades locais e organizações populares envolvidos. Estes objetivos possuem relação direta com o ecoturismo como alternativa ao desenvolvimento do Estado, particularmente das regiões turísticas no interior, procurando superar a questão das bases sociais da fragmentação, conforme terminologia de Vainer (2007).

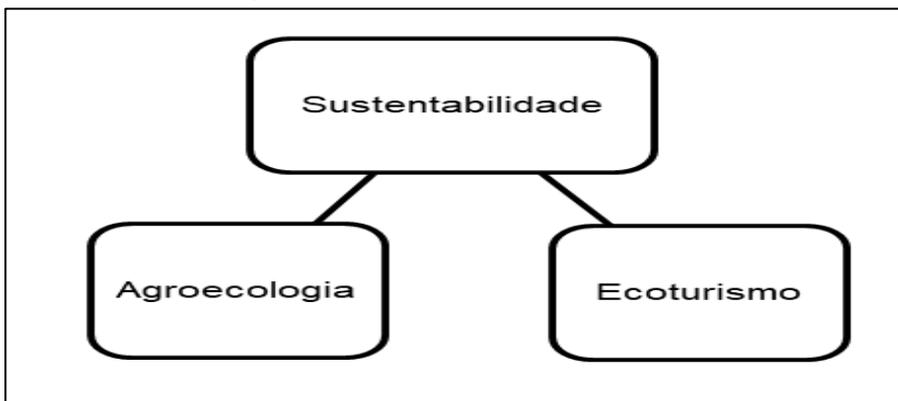
Para tanto, a eficiência do ecoturismo no território do Estado do Rio de Janeiro demanda a superação da concentração de investimentos em GPIs e a “construção histórica, lenta e planejada de ações públicas



responsáveis e orientadas por políticas consistentes”. (LANZARINI; BARRETTO, 2014, p. 210).

Em última análise, pode-se admitir que a Constituição Federal prevê um modelo de desenvolvimento sustentável geral que pode ser facilmente apropriado por diferentes setores causadores de significativos impactos socioambientais. A previsão normativa e a polissemia da expressão não contribuem para uma alteração na realidade objetiva das vítimas do padrão primário-exportador em vigor. A alternativa para assegurar as necessidades das futuras gerações é romper padrão de desenvolvimento do presente. Sustentabilidade, por desdobramento, deve ser um reflexiva, contra hegemônica e transformadora. Defende-se que, apenas sob essa perspectiva, pode estar na raiz movimentos como a agroecologia e o ecoturismo (Figura 1).

**Figura. 1.** Ecoturismo e agroecologia sustentáveis



A título de considerações iniciais, a figura 1 apresenta agroecologia e ecoturismo com um radical comum. Contudo, as tonalidades deste elemento estruturante não são consensuais, como discutido nessa primeira seção. Neste trabalho, a título de uniformização,



compreende-se que sustentabilidade é um mandamento nuclear de resistência e transformação no presente para orientar grupos e movimentos diversos sob uma perspectiva contra hegemônica, comunitária e de longo prazo.

Para que o ecoturismo possa ser considerado uma alternativa sustentável, na próxima seção serão enfrentados aspectos teórico-conceituais para delimitar sua aplicabilidade dentro da pesquisa proposta.

### **Ecoturismo: perspectiva teórica e aplicabilidade**

Assim como o desenvolvimento sustentável e apesar de seu surgimento na década de 1960 (BJÖRK, 2007) não há uma definição consensual para ecoturismo (BJÖRK, 2007; SONAGLIO, LAPOLLI, 2003, PIRES, 2000; 1998). Pires (1998) aponta que a concepção de ecoturismo irá variar de acordo com os sujeitos do desenvolvimento do ecoturismo. Estes sujeitos, segundo o autor, estão organizados em cinco setores:

- o trade turístico, ou seja, operadores, agências, promotores, empresas de viagens, hotelaria, guias, etc.;
- a área governamental e os organismos oficiais ligados ao turismo;
- as organizações não governamentais da área ambiental e conservacionista;
- as populações residentes nos destinos potenciais;
- o público turista e suas diferentes motivações de viagem;
- o meio acadêmico debruçado sobre a pesquisa e a reflexão do tema (PIRES, 1998, p. 76).



De forma semelhante, Endres (1998, p. 44) compreende o ecoturismo como uma atividade, na qual há preponderância do setor privado, com diferentes portes de empreendimentos no trade turístico, e a finalidade de “atender a uma demanda específica de turistas moldados pelas novas exigências ecológicas de um mundo em transformação”.

Diferentemente da perspectiva estritamente mercadológica, Wearing e Neil (2001) definem o ecoturismo como “um veículo para o aumento da compreensão dos valores ambientais, além de uma atividade que surgiu devido à mudança fundamental no modo como a natureza é vista pela sociedade” (p. 12). Para os autores, o ecoturismo possui quatro elementos fundamentais: i) deslocamento para áreas naturais; ii) experiência do ambiente natural; iii) indução da conservação; e iv) educação e interpretação ambiental (WEARING, NEIL, 2001).

Diante da concepção defendida de que o ecoturismo representa uma alternativa à lógica de domínio da natureza, cumpre apontar que a reflexividade contida nessa transformação possui “uma articulação ético-política entre as dimensões do meio ambiente, das relações sociais e da subjetividade humana, desenvolvida, via de regra, em espaços naturais, que aponta para uma nova ordem na relação ser humano/Natureza” (INÁCIO, 2003, p. 174).

De forma semelhante ao uso do desenvolvimento sustentável, a polissemia do termo ecoturismo permite que sua aplicação se dê indistintamente no âmbito do trade turístico e pelo turismo de massa. Essa contradição pode estar relacionada ao surgimento do setor ecoturístico como atividade econômica convencional sem reflexão sobre seu produto (NEIMAN, MENDONÇA, 2000).



Layrargues (2004, p. 1), apesar de “considerar o ecoturismo como uma possibilidade concreta tanto de proteção da natureza como de fortalecimento cultural das comunidades habitantes no destino do ecoturista”, compreende o fenômeno nos moldes hegemônicos de atividade econômica.

É preciso reconhecer, conforme acentua Inácio (2003, p. 34), que, dentro do padrão atual de mercantilização dos atrativos, “o turismo, e menos ainda o ecoturismo, constitui a base de um processo de desenvolvimento territorial sustentável”.

Por isso, caminha-se aqui com uma reflexão crítica quanto à importância de se superar a primazia dos interesses econômicos na política de turismo. Vilani (2012a; 2012b) critica as metas dos Planos Nacionais de Turismo elaboradas sem qualquer ação programática eficiente para a preservação e a valorização do patrimônio natural e cultural do País. Pelo contrário, aponta como os planos estão orientados por grandes interesses e projetos econômicos do setor.

Compreendido, analisado e aplicado como movimento contra hegemônico, o ecoturismo emerge como alternativa transformadora, que deve dar nova orientação normativa e executiva, inclusive. O desafio do caminho está na própria complexidade do rompimento com a estrutura secular enraizada nos Poderes, qual seja:

Desenvolvimento não é um processo harmônico, mas ruptura de um quadro que se conformou historicamente. Portanto, alcançá-lo exige rupturas que causam, necessariamente, tensões e colocam em conflito diferentes projetos de uso e organização do território, o que em última instância significa a definição da própria forma de reprodução da vida. (MACEDO, PORTO, 2018, p. 622).



Diante da concepção de ecoturismo apresentada, é possível admitir uma motivação urbana? O ecoturismo urbano surge como resposta e corrobora os preceitos apresentados neste trabalho. Para Wu e colaboradores (2010) ecoturismo urbano tem por fio condutor a redução dos impactos negativos do desenvolvimento e seu foco está em áreas urbanas, rurais e subúrbios.

O conceito de ecoturismo urbano foi inicialmente proposto pela Blackstone Corporation, em 1996, e, atualmente, pode ser compreendido, de acordo com a Conferência de Ecoturismo Urbano (Urban Ecotourism Conference, de 2004) como viagem de natureza e conservação em ambiente urbano, conciliando características do turismo urbano e do ecoturismo (WU et al., 2010).

Björk (2007), no mesmo sentido, acentua que o conhecimento sobre ecoturismo não irá se aprimorar pela especificação da área onde é realizado. Logo, um bairro turístico do Rio de Janeiro, no qual podem ser realizadas atividades de aproximação com o manejo sustentável e tradicional da terra, aquisição de produtos agroecológicos, tomar conhecimento de práticas e atividades camponesas de cultivo e resistência, pode ser compreendido como locus para o ecoturismo.

O ecoturismo emerge como uma alternativa ao desenvolvimento que vai de encontro à tradicional dissociação entre natureza e sociedade, na qual a natureza é “convertida em uma simples variável a ser ‘manejada’, administrada e gerida, de modo a não impedir o ‘desenvolvimento’” (ZHOURI et al., 2005, p. 15). Defende-se, portanto, que o ecoturismo é processo para a harmonização entre sociedade e natureza; é, em sua gênese, transformador e incompatível com a



mercantilização da natureza e do patrimônio cultural. Portanto, deve ser estudado, estimulado e praticado como um fenômeno de ruptura e resistência, cuja essência é o respeito aos tempos e aos ciclos naturais e dos povos e comunidades tradicionais.

Em um esforço de síntese, com base na literatura pesquisada e para que o termo não seja submetido a rotulações e apropriações incompatíveis com sua natureza, ecoturismo como forma alternativa sustentável ao desenvolvimento deve ser compreendido uma iniciativa autogestionária fundada sobre: i) experiência em meio à natureza: realizada em áreas naturais, protegidas ou não, zonas rurais ou no espaço urbano, com ou sem presença de povos e comunidades tradicionais; ii) sustentabilidade: social, ecológica ambiental e cultural; iii) educação e interpretação ambiental; iv) conservação, recuperação e restauração ambiental; v) valorização e visibilidade das práticas, manifestações culturais e do conhecimento sobre uso e manejo da biodiversidade (FACO; NEIMAN, 2010; WEARING, NEIL, 2001; PIRES, 1998; WU et al., 2010; BJÖRK, 2007).

Outra questão preliminar importante está relacionada à possibilidade de, no Raízes do Brasil, serem obtidos serviços ecossistêmicos culturais. Para tanto, na próxima seção serão apresentados e discutidos os pontos centrais dos serviços ecossistêmicos culturais.

### **Serviços ecossistêmicos culturais**

Historicamente, a sociedade humana valeu-se de diferentes formas, usos e relações (de apropriação, contemplação etc.) com a natureza. O avanço tecnológico permitiu uma aceleração no ritmo, na



magnitude e na intensidade do uso, produzindo impactos e riscos ambientais severos em todo planeta. Entre as diversas alternativas, conceituais e práticas, discutidas desde a emergência da ecologia na pauta política global na década de 1960, está a valorização dos benefícios derivados dos ecossistemas. Para uma delimitação conceitual, adota-se, com base em Constanza e colaboradores (1997 apud MILLENNIUM ECOSYSTEM ASSESSMENT, 2003, p. 55), “Bens (como alimentos) e serviços (como a assimilação de resíduos) ecossistêmicos representam os benefícios que as populações humanas obtêm, direta ou indiretamente, das funções do ecossistema”. Assim, os ecossistemas provêm serviços de suporte (como a formação do solo), de provisão (v. g., alimentos e água), de regulação (climática, por exemplo) e culturais.

O Programa Avaliação Ecosistêmica do Milênio (Millennium Ecosystem Assessment, em inglês), uma iniciativa da Organização das Nações Unidas que envolveu cientistas de mais de 100 países, publica relatórios sobre o tema com abordagens e recortes diversos, baseados em vasta revisão de literatura e estudos de caso. No tocante ao vínculo entre a cultura humana e os ecossistemas, podem ser identificadas, a partir da Avaliação Ecosistêmica do Milênio, seis categorias de serviços ecossistêmicos culturais:

- Identidade cultural: é o vínculo cultural contemporâneo entre humanos e natureza;
- Herança cultural: representados pelas "memórias" na paisagem de laços culturais passados;



- Serviços espirituais: são as diferentes formas, sagradas, espirituais, entre outras, de inspiração espiritual derivada dos ecossistemas;
- Inspiração: refere-se ao uso de motivos naturais nas artes, manifestações culturais etc.;
- Apreciação estética da paisagem;
- Recreação e turismo (MILLENNIUM ECOSYSTEM ASSESSMENT, 2005, p. 457 – tradução nossa).

Milcu e colaboradores (2013) classificaram os serviços ecossistêmicos culturais em onze subcategorias. Em levantamento quanto à produção científica sobre serviços ecossistêmicos culturais, os autores identificaram que as três subcategorias mais pesquisadas são: i) recreação e turismo; ii) valores estéticos; iii) valores espirituais e religiosos (MILCU et al., 2013). Os resultados dos autores apontam também que há uma concentração de estudos na Europa e baixa produção na América Latina, com, respectivamente, 45 e 6 artigos em um total de 81 artigos relacionados a serviços ecossistêmicos culturais. Ament e colaboradores (2016), adotando uma classificação em seis categorias (Estética; Cultura e herança; Educação; Recreação; Social; Espiritual e Religiosa) identificaram preferências de visitantes em unidades de conservação na África do Sul e constataram a importância destas informações para a gestão e o planejamento daqueles espaços territoriais.

A identidade cultural, valores patrimoniais e serviços espirituais associados ao uso da biodiversidade são, portanto, valores obtidos dos



ecossistemas que podem ser utilizados no processo decisório (FISH, CHURCH, WINTER, 2016; AMENT et al., 2016). Entretanto, mesmo sendo considerados “essenciais para a identidade cultural e até a sobrevivência” de comunidades tradicionais, não raro são “sacrificados pelos tomadores de decisão por razões econômicas e ecológicas” (MILCU, 2013, p. 2).

Tendo em vista as abordagens possíveis sobre serviços ecossistêmicos culturais e a especificidade do recorte proposto neste trabalho, optou-se por três categorias para elaboração de um questionário que procurou identificar as preferências dos visitantes do Raízes do Brasil. A partir da literatura indicada, particularmente das categorias utilizadas por Ament et al. (2016) foram definidos os seguintes valores para análise: i) Recreacional; ii) Educacional; iii) Cultural e Herança; iv) Social; v) Espiritual e Religioso. Na próxima seção serão apresentados os resultados da investigação da observação destas categorias pelos visitantes do Raízes do Brasil para, então, procurar responder se um edifício urbano se configura um espaço de ecoturismo e de aproximação com serviços ecossistêmicos culturais.

### **Raízes do Brasil: espaço de formação sociedade-natureza**

Entre os dias 19 de maio e 16 de junho, aos sábados, foi realizada a aplicação de questionário junto aos clientes do Raízes do Brasil. Dos 105 entrevistados, 68 indicaram serem do próprio Rio de Janeiro. No período, é possível destacar a maior presença de mulheres (80) e um público com faixa etária superior a 35 anos (apenas oito entrevistados



tinham menos que 34 anos). Destaca-se também a presença majoritária de pessoas com terceiro grau completo (55 com ensino superior completo e 34 com pós-graduação) e que se declararam casados (44). Além do perfil, foram solicitadas informações quanto ao objetivo e à motivação para ir ao Raízes do Brasil e como teve ciência do espaço (Tabela 1).

**Tabela 1. Visita ao Raízes do Brasil**

<b>1a. Objetivo principal da visita ao Raízes do Brasil</b>	
Café da manhã	12
Almoço	3
Compra de produtos agroecológicos	71
Outros	6
Total de respostas	92
<b>1b. Motivação principal da visita ao Raízes do Brasil</b>	
Conhecer o MPA	3
Valorizar a cultura camponesa	12
Lazer com família ou amigos(as)	6
Contribuir com a sustentabilidade	1
Procurar alternativa a produtos industrializados	62
Outros	2
Total de respostas	86
<b>1c. Como tomou conhecimento do Raízes do Brasil</b>	
Redes sociais	10
Recomendação de amigos/parentes	40
Em Santa Tereza	56

Na tabela 1, para os itens objetivos e motivação, não foram consideradas as respostas que indicaram mais de uma opção, visto que buscou-se identificar o elemento central. Por isso, número de respostas inferior ao total de questionários. Para as fontes que levaram ao Raízes



do Brasil não houve essa seleção de respostas, isto é, foram consideradas indicações de mais de um item. Entre os objetivos, destaca-se a procura por produtos ecológicos, com cerca de 75% das respostas. Este resultado está em consonância com a motivação ‘procurar alternativa a produtos industrializados’, que foi indicada como prioritária em 72% das respostas.

Para avaliar os aspectos que envolvem a escolha pelos produtos agroecológicos foram apresentadas cinco opções que deveriam ter uma ordem de prioridade indicada (Tabela 2). Para indicar os aspectos positivos e negativos do Raízes do Brasil foi apontado um espaço aberto para livre apontamento.

**Tabela 2. Elementos prioritários para o consumo de produtos agroecológicos**

<b>Consumo de produtos agroecológicos</b>	
Produtos saudáveis	40
Valorização da cultura camponesa	17
Bem-estar	3
Conservação da natureza	4
Menos agrotóxicos na alimentação	41
Total de respostas	105

As respostas sistematizadas nas tabelas 1 e 2 podem, ainda, ser analisadas a partir das categorias de serviços ecossistêmicos culturais (definidas na seção 3): i) Recreacional; ii) Educacional; iii) Cultural e Herança; iv) Social; v) Espiritual e Religioso. Respectivamente, neste trabalho, cada valor foi associado aos seguintes aspectos: i) compra de produtos agroecológicos; ii) aprendizado sobre benefícios da agroecologia; iii) compreensão da história e da cultura camponesa; iv) lazer com família, amigos e outros visitantes; v) bem-estar e afastamento



de conveniências modernas. Uma vez que o Raízes do Brasil localiza-se em Santa Tereza, é importante destacar, de início, a relação de destaque da informação obtida no próprio bairro como indutor da ida ao espaço.

Além dos objetivos (café da manhã e almoço) e da motivação de lazer entre amigos(as), observou-se nas respostas subjetivas várias menções à recreação entre os aspectos positivos do Raízes do Brasil, tais como: i) convivência; ii) união; iii) simpatia/simpático; iv) bem-estar/prazer/agradável; v) ar puro/amor à natureza/arborizado. Estes aspectos apareceram em 30 respostas. O espaço e o atendimento foram elogiados em 99 respostas, demonstrando a relação de satisfação com a opção de recreação escolhida. Isso se confirma com as respostas quanto à expectativa: i) 24 informaram que o Raízes do Brasil superou as expectativas; ii) 79 tiveram suas expectativas correspondidas; iii) apenas 1 indicou não ter as expectativas atendidas.

A identidade cultural reflete o vínculo que a sociedade urbana procura estabelecer com a natureza e seu bem-estar a partir do consumo de produtos originários de processos não agressivos à natureza e que comportam hábitos alimentares saudáveis. Destes aspectos pode-se estabelecer a relação com as respostas quanto aos objetivos e à motivação da ida ao Raízes do Brasil. Ademais, 40 entrevistados indicaram que priorizam produtos agroecológicos por serem saudáveis, 3 em razão de bem-estar e 4 pela conservação da natureza. As três respostas somam cerca de 45% do total, apontando a relevância deste aspecto.



No tocante à herança cultural foram compreendidas as respostas relacionadas aos produtos agroecológicos, visto que estes representam práticas históricas e de resistência dos pequenos agricultores e o manejo sustentável da terra. Na lista de itens prioritários estavam a valorização da cultura camponesa e menos agrotóxicos na alimentação que tiveram, respectivamente, 17 e 41 marcações no questionário. Dentro dos critérios estabelecidos, esta categoria foi considerada prioritária para 55% dos entrevistados.

A tabela 3 sintetiza os resultados e apresenta esquematicamente a relação com as cinco categorias dos serviços ecossistêmicos culturais discutidas na seção 3:

**Tabela 3. Valores e serviços ecossistêmicos culturais no Raízes no Brasil**

Valores	Descrição	Motivos	Prioridade
Recreacionais	Consumo de refeições e aquisição de produtos	NA	Consumo de produtos saudáveis
Culturais	Compreensão e valorização da cultura camponesa	Conhecer o MPA; Valorizar Cultura Camponesa	Valorização da cultura camponesa
Educacionais	Conhecimento sobre a natureza	Contribuir com a sustentabilidade	Conservação da natureza
Sociais	Lazer com família, amigos e visitantes	Lazer com família e amigos	NA
Espirituais	Bem-estar, saúde e acesso a produtos não-industrializados	Procurar alternativa a produtos industrializados	Bem-estar, menos agrotóxicos na alimentação

NA: não se aplica

As respostas permitem indicar que a experiência no Raízes do Brasil aproximou os visitantes de valores associados a benefícios culturais obtidos da natureza, in casu, mediados pela aquisição de



produtos agroecológicos e pelo contato com representantes dos pequenos agricultores, em um espaço político, de resistência e de cultura camponesa.

Na segunda seção deste capítulo foram apresentados cinco elementos basilares para a compreensão do ecoturismo. Diante dos resultados encontrados, é possível admitir o Raízes do Brasil como um espaço de realização do ecoturismo? Tendo em vista que aspectos referentes à sustentabilidade, à educação ambiental, à conservação ambiental e à valorização da cultura camponesa podem ser identificados na visita ao Raízes do Brasil, defende-se que este espaço caracteriza-se como um local de formação socioambiental e representa importante papel de mediador e de contato, ainda que indireto, com serviços ecossistêmicos culturais.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A discussão teórica e a contextualização político-institucional permitiu identificar que movimentos alternativos ao desenvolvimento que resultem em ruptura com o padrão primário-exportador adotado no país são, de maneira geral, negligenciados na agenda pública.

No Estado do Rio de Janeiro, em particular, devido à presença dos últimos remanescentes de Mata Atlântica, estudos sobre o ecoturismo têm o papel de contribuir para a consolidação de uma alternativa a este padrão de desenvolvimento. A produção de commodities, notadamente a especialização produtiva em petróleo e gás natural no Rio de Janeiro, e a expansão portuária estão no centro da



implementação de GPIs que têm operado como vetores da fragmentação territorial direcionada para e pelos interesses privados, sobretudo internacionais.

O ecoturismo como alternativa ao padrão de desenvolvimento em vigor, por seu turno, não pode ser conduzido por grandes atores do trade turístico. Em tal circunstância, perderia-se sua gênese transformadora. O caráter de rompimento do ecoturismo está associado a cinco elementos centrais que constituem a gênese do termo. Assim, defende-se que o ecoturismo não deve ser limitado pela localização das atividades, alcançando áreas naturais, urbanas e rurais. A sociobiodiversidade brasileira deve ser valorizada e patrimonializada de forma holística e integrada. Por isso, a proposta de que o processo alcance as diferentes dimensões da sustentabilidade (social, ecológica ambiental e cultural). A literatura consultada, de forma consensual, ressalta a importância da educação e da interpretação ambiental no processo de aproximação do visitante aos valores socioambientais do local visitado. Dos instrumentos de conscientização, resultarão os dois aspectos finais do ecoturismo: a indução à conservação, à recuperação e à restauração ambiental e a valorização das culturas e dos saberes locais.

Nesse contexto, foi apresentada a experiência do Raízes do Brasil, na qual foram encontrados pontos de aproximação e mediação deste espaço com os serviços ecossistêmicos culturais. Defende-se, portanto, que nesta iniciativa do MPA construiu-se um espaço de formação socioambiental compatível com o ecoturismo no qual é realizado o diálogo entre visitantes e com membros do MPA sobre as



questões, práticas e experiências que envolvem os produtos agroecológicos, a cultura e a resistência camponesa.

Esses foram os cinco alicerces apresentados para que se reflita sobre um fenômeno transformador, de ruptura e resistência, que pode ser representado pelo ecoturismo. Os desafios estão no nascedouro da proposta. Romper com padrões seculares e suas dinâmicas de poder e interesses não é trivial. Contudo, os esforços científicos devem caminhar de encontro aos processos que invisibilizam a degradação ambiental, a espoliação territorial e a segregação sociocultural.



## REFERÊNCIAS

ACSELRAD, H. Sentidos da sustentabilidade humana. In: \_\_\_\_\_. (Org.). **A duração das cidades: sustentabilidade e risco nas políticas urbanas**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001. p. 27-55.

AMENT, J. M.; MOORE, C. A.; HERBST, M.; CUMMING, G. S. Cultural ecosystem services in protected areas: understanding bundles, trade-offs, and synergies. **Conservation Letters**, v. 10, n. 4, p. 440–450, 2017.

BECKER, B. K. Geografia Política e Gestão do Território no limiar do século XXI: uma representação a partir do Brasil. **Revista Brasileira de Geografia**, v. 53, n. 3, p. 169-182, 1991.

BJÖRK, P. Definition paradoxes: from concept to definition. In: HIGHAM, J. (Edit.). **Critical issues in ecotourism: understanding a complex tourism phenomenon**. Londres: Elsevier, 2007. pp. 23–45.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. DOU, 05 out. 1988. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 29 maio 2018.

\_\_\_\_\_. Ministério da Agricultura, Agropecuária e Abastecimento. **Agropecuária puxa o PIB de 2017**. Notícias. MAPA: Brasília, 04 dez. 2017. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/noticias/agropecuaria-puxa-o-pib-de-2017>>. Acesso em: 02 ago. 2018.

BURSZTYN, M. Políticas públicas para o desenvolvimento (sustentável). In: \_\_\_\_\_. (org.). **A difícil sustentabilidade: política energética e conflitos ambientais**. Rio de Janeiro: Garamond, 2001. p. 59-76.

CARNEIRO, E. J. Política ambiental e a ideologia do desenvolvimento sustentável. In: ZHOURI, A.; LASCHEFSKI, K.; PEREIRA, D. B. (Orgs.). **A insustentável leveza da política ambiental: desenvolvimento e conflitos socioambientais**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005. p. 27-47.

CASAGRANDE, A. E.; SOUZA, E. B. C de. O espaço e a demografia: o planejamento regional em perspectiva nas margens paranaenses do Lago de Itaipu. **Sociedade e Território**, v. 24, n. 1, p. 2-27, 2012.

DULLEY, R. D. Agricultura orgânica, biodinâmica, natural, agroecológica ou ecológica? **Informações Econômicas**, v. 33, n.10, p. 96-99, 2003.

ENDRES, A. V. Sustentabilidade e ecoturismo: conflitos e soluções a caminho do desenvolvimento. **Turismo em Análise**, v. 9, n. 1, p. 37-50, 1998.



FACO, R. A.; NEIMAN, Z. A natureza do ecoturismo: conceitos e segmentação. In: NEIMAN, Z.; RABINOVICI, A. (Orgs.). **Turismo e Meio Ambiente no Brasil**. Barueri: Manole, 2010. pp. 43-63.

FARZIN, Y. H. Can an exhaustible resource economy be sustainable? **Social Science Research Network**, 2002. Disponível em: <[http:// papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=317933](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=317933)>. Acesso em 02 dez. 2008.

FISH, R.; CHURCH, A.; WINTER, M. Conceptualising cultural ecosystem services: A novel framework for research and critical engagement. **Ecosystem Services**, v. 21, p. 208–217, 2016.

FOLADORI, G. **Limites do desenvolvimento sustentável**. Campinas: UNICAMP, 2001.

FONSECA, I.; BURSZTYN, M. A banalização da sustentabilidade: reflexões sobre governança ambiental em escala local. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 24, n. 1, p. 17-46, jan./abr. 2009.

FONTOURA, Y.; NAVES, F. Movimento agroecológico no Brasil: a construção da resistência à luz da abordagem neogramsciana. **Organizações & Sociedade**, n. 23, v. 77, 329-347, 2016.

GÓMEZ, W. H. Desenvolvimento sustentável, agricultura e capitalismo. In: BECKER, D. F. (org). **Desenvolvimento sustentável: necessidade e/ou possibilidade?** Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2001. p. 95-116.

INÁCIO, H. L. D. Ecodesenvolvimento e turismo: bases para uma outra relação com o planeta. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**, v. 1, n. 1, p. 169-188, 2003.

JATOBÁ, S. U. S.; CIDADE, L. U. C.; VARGAS, G. M. Ecologismo, ambientalismo e ecologia política: diferentes visões da sustentabilidade e do território. **Sociedade e Estado**, v. 24, n. 1, p. 47-87, jan./abr. 2009.

LANZARINI, R.; BARRETTO, M. Políticas públicas para um turismo responsável. **Turismo - Visão e Ação**, v. 16, p. 185-215, 2014.

LAYRARGUES, P. P. A função social do ecoturismo. **Boletim Técnico do SENAC**, v. 30, n. 1, p. 1-5, 2004.

LEIS, H. R. **A modernidade insustentável**: as críticas do ambientalismo à sociedade contemporânea. Petrópolis: Vozes; Santa Catarina: UFSC, 1999.



LENZI, C. L. **Sociologia ambiental**: risco e sustentabilidade na modernidade. Bauru: EDUSC, 2006.

MACEDO, F. C.; PORTO, L. Existe uma Política Nacional de Desenvolvimento Regional no Brasil? **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 14, n. 2, p. 605-631, 2018.

MACHADO, C. J. S.; VILANI, R. M. **Temas e problemas da vida em sociedade no Brasil**. Rio de Janeiro: E-papers, 2016.

MACHADO, C. J. S.; VILANI, R. M. **Governança climática no Antropoceno**: da rudeza dos fatos à esperança no Brasil. Rio de Janeiro: E-papers, 2015.

MACHADO, C. J. S.; VILANI, R. M. Aspectos conceituais do licenciamento ambiental na conservação de recursos naturais não renováveis. **Revista de Informação Legislativa**, v. 47, n. 188, p. 143-152, 2010.

MIKHAILOVA, I.; MULBEIER, J. Ecoturismo em unidades de conservação: um estudo de caso do Parque Estadual do Turvo, Derrubadas – RS. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 8, n. 3, 2008.

MILCU, A. I.; HANSPACH, J.; ABSON, D.; FISCHER, J. Cultural ecosystem services: a literature review and prospects for future research. **Ecology and Society**, v. 18, n. 3, 44, 2013.

MILLENNIUM ECOSYSTEM ASSESSMENT. **Ecosystems and Human Well-being**: Synthesis. Washington: Island Press, 2005. Disponível em: <<http://www.millenniumassessment.org/>>. Acesso em: 03 mar. 2018.

MILLENNIUM ECOSYSTEM ASSESSMENT. **Ecosystems and Human Well-being**: A Framework for Assessment. Washington: Island Press, 2003. Disponível em: <<http://www.millenniumassessment.org/>>. Acesso em: 03 mar. 2018.

MINGIONE, E. The second contradiction of capitalism. **Capitalism, Nature, Socialism**, v. 4, n. 14, p. 85-92, jun. 1993.

MONTIBELLER FILHO, G. Ecodesenvolvimento e desenvolvimento sustentável: conceitos e princípios. **Textos de Economia**, v. 4, n. 1, p. 131-142, 1993.

\_\_\_\_\_. **O mito do desenvolvimento sustentável**: meio ambiente e custos sociais no moderno sistema produtor de mercadorias. Florianópolis: UFSC, 2004.

NEIMAN, Z.; MENDONÇA, R. Ecoturismo: discurso, desejo e realidade. **Turismo em Análise**, v. 11, n. 2, p. 98-110, 2000.



OSORIO, L. A. R.; LOBATO, M. O.; CASTILLO, X. A. Debates on sustainable development: towards a holistic view of reality. **Environment, Development and Sustainability**, v. 7, n. 4, p. 501-518, dez. 2005.

PADUA, J. B.; SCHLINDWEIN, M. M.; GOMES, E. P. Agricultura familiar e produção orgânica: uma análise comparativa considerando os dados dos censos de 1996 e 2006. **Interações**, v. 14, n. 2, p. 225-235, 2013.

PECCATIELLO, A. F. O. Políticas públicas ambientais no Brasil: da administração dos recursos naturais (1930) à criação do Sistema Nacional de Unidades de Conservação (2000). **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, n. 24, p. 71-82, 2011.

PIRES, P. S. A dimensão conceitual do ecoturismo. **Turismo - Visão e Ação**, v. 1, n. 1, p. 75-91, 1998.

\_\_\_\_\_. O que é Ecoturismo? Em busca de uma resposta pela via da abordagem conceitual. **Turismo - Visão e Ação**, v. 2, n. 6, p. 119-128, 2000.

RIBEIRO, W. C. Em busca da qualidade de vida. In: PINSKY, J.; PINSKY, C. B. (Orgs.). **História da cidadania**. São Paulo: Contexto, 2003. p. 399-417.

ROMEIRO, A. R. Economia ou economia política da sustentabilidade. In: MAY, P. H.; LUSTOSA, M C.; VINHA, V. (Org.). **Economia do meio ambiente**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. p. 1-29.

RÜCKERT, A. A. A Política Nacional de Ordenamento Territorial, Brasil. Uma política territorial contemporânea em construção. **Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**, v. XI, n. 245 (66), 2007.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SONAGLIO, K. E.; LAPOLLI, E. M. Uma abordagem transdisciplinar para o desenvolvimento sustentável do ecoturismo. **Turismo - Visão e Ação**, v. 5, n. 2, p. 161-168, 2003.

TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL. 2ª Região. **Agravo de Instrumento n. 2013.02.01.015906-1**. Relatora: Desembargadora Federal Maria Helena Cisne. 21 nov. 2013. Disponível em: <<http://bit.ly/1Quu8k8>>. Acesso em: 21 fev. 2016.

UNITED NATIONS. **Our Common Future**. Chapter 2: towards sustainable development. Disponível em: <<http://www.un-documents.net/ocf-02.htm>> Acesso em: 24 nov. 2008.



VAINER, C. B. Planejamento territorial e projeto nacional: os desafios da fragmentação. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, v. 9, n. 1, p. 9-23, 2007.

VALLEJO, L. R. Conflitos territoriais nos Parques Estaduais do Desengano, da Serra da Tiririca e da Ilha Grande, RJ. In: SEMINÁRIO ÁREAS PROTEGIDAS E INCLUSÃO SOCIAL, 1, 2005, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos**. Rio de Janeiro: IVT, 2005.

VEIGA, J. E. **Desenvolvimento sustentável**: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2006.

VILANI, R. M. Interpretação da Política Nacional de Turismo à luz do Princípio Constitucional de Desenvolvimento Sustentável. **Cultur: Revista de Cultura e Turismo**, v. 6, p. 60-72, 2012a.

\_\_\_\_\_. Aspectos constitucionais da atividade turística. **Revista Direito Empresarial**, v. 1, p. 229-245, 2012b.

WEARING, S.; NEIL, J. **Ecoturismo**: impactos, potencialidades e possibilidades. São Paulo: Manole, 2001.

WU, Y.; WANG, H.; HO, Y. Urban ecotourism: Defining and assessing dimensions using fuzzy number construction. **Tourism Management**, v. 31, p. 739–743, 2010.

ZHOURI, A.; LASCHEFSKI, K.; PEREIRA, D. B. Desenvolvimento, sustentabilidade e conflitos ambientais. In: ZHOURI, A.; LASCHEFSKI, K.; PEREIRA, D. B. (Orgs.). **A insustentável leveza da política ambiental. Desenvolvimento e conflitos socioambientais**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005. pp. 11-24.

### **Agradecimentos**

Agradeço à Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) pelo financiamento da pesquisa - Edital Programa Pesquisador UNIRIO de Produtividade em Pesquisa – PROPG/DPQ 2017 (PQ-UNIRIO), à coordenação do Raízes do Brasil pelo apoio e disponibilidade e ao José Victor Assunção Reis, discente do Curso de Ciências Ambientais da UNIRIO, pela dedicação e pró-atividade na aplicação dos questionários.





# **DO CAMPO AO CAMPUS: sobre os desafios de comercialização dos produtores rurais da microbacia do FOJO, Guapimirim (RJ)**

BURSZTYN, IVAN  
MARTINS, LEONARDO CAMPOS  
PODESTÁ, MARCELO ARAGÃO DE

## **INTRODUÇÃO**

Um dos mais importantes e atuais desafios enfrentados pela agricultura familiar para sua reprodução social de forma perene e sustentável constitui-se no acesso a mercados e consumidores. Concomitantemente, verifica-se o crescimento de um novo perfil de consumidor, em diferentes mercados no Rio de Janeiro, interessados na aquisição de um alimento sem agrotóxicos e baseados nos princípios da agroecologia e do comércio solidário. Estas iniciativas de consumidores conscientes e responsáveis encontram lugar em movimentos autônomos que têm estruturado metodologias, de produção, distribuição e consumo típicas de territórios específicos da sociobiodiversidade da agricultura familiar.

Neste trabalho, apresentamos algumas reflexões sobre possibilidades de superação do desafio da comercialização e acesso a mercado para grupos de agricultores familiares, tendo como base a pesquisa realizada junto a Associação de produtores rurais, artesões e amigos da microbacia do Fojo (AFOJO) e sua relação com a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Esta pesquisa foi realizada no âmbito do projeto “Alimentos bons, limpos e justos



ampliação e qualificação da participação da Agricultura Familiar brasileira no movimento Slow Food”, coordenado pela Universidade Federal de Santa Catarina e desenvolvido por meio de iniciativas interinstitucionais constituídas em rede com a participação de universidades públicas brasileiras e profissionais da rede Slow Food e o financiamento da Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário do Governo Federal. Este projeto teve como objetivo construir caminhos e viabilizar alternativas que assegurem a reprodução social da agricultura familiar, por meio do empoderamento de seus atores, almejando a transformação social e a inclusão socioeconômica.

Cabe destacar aqui um importante papel que as universidades públicas têm a cumprir promovendo um diálogo com a sociedade de modo a conceber soluções inovadoras para o enfrentamento de problemas e superação de carências que impendem o pleno desenvolvimento de grupos sociais vulneráveis. Acreditamos que o conhecimento gerado intramuros deve ser construído com e posto a serviço da sociedade para potencializar seus resultados gerando transformação social.

### **A agricultura familiar agroecológica e orgânica no estado do Rio de Janeiro e o acesso ao mercado**

O consumo de produtos orgânicos, com indicação de origem, regionais ou típicos, oriundos de pequenos produtores contribui para uma alimentação mais saudável, além de promover o desenvolvimento sustentável. No Brasil, a agricultura familiar é responsável pela maior parte dos alimentos comercializados no mercado interno e guardião da



agrobiodiversidade e do conhecimento tradicional, fatores fundamentais para a qualidade na alimentação<sup>1</sup>.

Em dados de 2016 do Censo Agropecuário do IBGE, a agricultura familiar vem se tornando cada vez mais importante no estado do Rio de Janeiro. São 44.145 estabelecimentos que representam 75% do total das propriedades rurais, sendo responsáveis por 58% dos postos de trabalho no campo no estado. Segundo Flávia Dias, Secretária Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário, os estabelecimentos familiares fluminenses são responsáveis pela produção da maior parte da produção agrícola do estado. Produzem 68% do feijão, 75% da mandioca, 67% do milho em grão, 55% do arroz e 52% do café<sup>2</sup>.

Com o intuito de fortalecer os produtos e mercados diferenciados da agricultura familiar e promover o incremento da oferta de alimentos de qualidade nos mercados institucionais, o Ministério do Desenvolvimento Agrário (e posteriormente a Secretária Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário) tem desenvolvido e participado de políticas, programas e ações, sendo diversas delas interinstitucionais e interministeriais, tais como: a política e o Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica; as ações de promoção das cadeias de produtos da sociobiodiversidade; a Política Nacional de Alimentação Escolar; o Programa de Aquisição de Alimentos; a promoção comercial por meio da participação em feiras e eventos

---

<sup>1</sup> Disponível em [http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/recursosnaturais/ids/default\\_2015.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/recursosnaturais/ids/default_2015.shtm) acessado em 22 de setembro de 2016.

<sup>2</sup> Disponível em <http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/agricultura-familiar-movimenta-economia-local-no-rio-de-janeiro> acessado em 5 de novembro de 2016.



comerciais; além de promover uma marca da agricultura familiar junto aos consumidores, o SIPAF – Selo da Agricultura Familiar<sup>3</sup>.

A agroecologia herda algumas práticas tradicionais da agricultura familiar, especificamente as relacionadas ao conhecimento endêmico e à manutenção de técnicas, sementes crioulas e variedades de cultivo local. A literatura socioambiental apresenta diversos estudos de caso (ALTIERI; LETOURNEAU; DAVIS, 1983; PENEIREIRO, 1999; CAPORAL; COSTABEBER, 2006; DAROLT, 2005; DELGADO; STRAND, 2010) cujas experiências situam a agroecologia no campo social empírico, definido por saberes que tornam possível o desenvolvimento de um mercado em expansão no Brasil (BLANC, 2009), dentro de amplo setor econômico identificado simbolicamente com os ideais ecológico, biológico e orgânico.

Mesmo a agricultura orgânica sendo ainda incipiente no Brasil, sua relevância é crescente, seguindo tendência observada em outros países, em especial na América Latina, Caribe e Europa (MAZZOLENI; NOGUEIRA, 2006). A expansão do setor orgânico no país, segundo Julien Blanc (2009), é vista como uma alavanca para a emancipação social dos pequenos agricultores familiares, o que depende, em certa medida, do comprometimento de consumidores, pois, à medida que a competição no mercado regional de orgânicos torna-se mais acirrada, o desenvolvimento de cadeias varejistas envolvendo consumidores ‘comprometidos’, junto a uma ampla integração de agricultores regionais em redes de militância orgânica, parece ser crucial.

---

<sup>3</sup> Disponível em <http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/agricultura-familiar-movimenta-economia-local-no-rio-de-janeiro> acessado em 5 de novembro de 2016.



Com base em tais autores, constata-se que esse não é um mercado de fácil acesso à população, o que em parte explica o surgimento de grupos que buscam a sustentabilidade por meio de seu consumo. O consumo sustentável é a expressão utilizada para descrever uma atividade humana peculiar que se desenvolve em muitos âmbitos sociais. Trata-se de compras cotidianas que, em determinado momento, são acrescidas da escolha do consumidor, condicionada a partir de critérios socioambientais.

Uma das questões fundamentais que agregam e mantêm o coletivo é o desafio de exercer um consumo mais consciente do contexto produtivo, ecológico, social, promovendo a sustentabilidade. Trata-se da questão relativa à como acessar os alimentos orgânicos sem entrar no jogo especulativo promovido pelas redes de distribuição e pelos pontos do varejo, pois é evidente a diferença de valores nas gôndolas dos supermercados, cujo incremento de preço associado ao produto orgânico não se reflete em benefício aos produtores, segundo esses próprios.

Iniciativas como uma empresa de entregas de cestas de orgânicos, a Orgânicos In Box, e um supermercado on-line praticamente só com produtos desse tipo, o Organomix, corroboram na implementação e fortalecimento dos circuitos curtos de produção e consumo, que resultam das experiências de uma longa trajetória de práticas nascidas na sociedade civil. Cidadãos engajados e empreendedores e consumidores individuais vêm ajudando a criar um mercado de orgânicos no Rio de Janeiro, com direito a grupos de compras coletivas na internet e agricultores que disponibilizam seus produtos na rede.



A Rede Ecológica, fundada em 2001, é um movimento social que consolida o consumo ético, solidário e ecológico. É formada por grupos de consumidores que realizam compras coletivas em interação direta com produtores, viabilizando o abastecimento de produtos agroecológicos / orgânicos a preços acessíveis. O movimento apoia iniciativas de pequenos produtores que seguem a mesma ideologia<sup>4</sup>.

A Rede, que surgiu no Rio de Janeiro, atualmente está distribuída em nove núcleos, seis apenas em bairros da cidade do Rio de Janeiro, dois na cidade de Niterói e um em Seropédica. A Rede Ecológica desenvolve, além das compras coletivas, outras atividades externas relacionadas a reaproveitamento de embalagens, agroturismo, representação em campanhas, grupos de trabalho e organizações envolvidas com as temáticas de segurança alimentar, agricultura urbana, agroecologia e economia solidária.

A Horto Vitae, na Ilha do Governador, criada por Pedro Vettorazzo, logo teve que deixar a bicicleta que usava para fazer entregas, pois ela já não dava conta da grande quantidade de pedidos. Ele é um dos únicos que prestam este tipo de serviço na região. A sua Horto Vitae surgiu em 2013, quando Pedro tentava encontrar “um emprego que respeitasse outros seres humanos e animais”. Os produtos das cestas são escolhidos pelo cliente a partir de uma tabela disponível no site.

O Circuito carioca de feiras orgânicas fez o produtor de orgânicos do Rio deixar de ser invisível para o grande público. A feira da Glória foi a primeira, mas, desde 2010, vieram as do Jardim Botânico, a

---

<sup>4</sup> Disponível em <http://redeecologicario.org/> acessado em 06 de novembro de 2016



de Ipanema, a do Bairro Peixoto, dentre outras. Hoje o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas contabiliza 18 pontos, de acordo com a Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico Solidário (Sedes), da prefeitura. Contando com as feiras no Parque Garota de Ipanema, no Grajaú, na Ilha do Governador e no condomínio Parque das Rosas, na Barra, que foram as últimas a entrarem no circuito. Com um faturamento de R\$ 700 mil no primeiro ano do circuito, pelos produtores, em 2014, o montante ficou em torno de R\$ 7,7 milhões — afirma a diretora de economia solidária e comércio justo da Sedes, Ana Asti.

O mercado informal de orgânicos do Rio de Janeiro não tem números fechados, mas, em 2014, o segmento desse tipo de produto cresceu 35% e faturou R\$ 2 bilhões em todo o Brasil. Há estimativa que o valor total arrecadado tenha alcançado R\$ 2,5 bilhões, de acordo com dados divulgados pela ONG Instituto de Promoção do Desenvolvimento (IPD)<sup>5</sup>.

Outro caso interessante, o Comida da Gente é uma rede de compras coletivas, com uma dinâmica baseada na cooperação e interação. Onde o cliente pode participar de uma lista já criada ou iniciar uma nova para uma demanda específica. Pedindo a colaboração de vizinhos, amigos e colegas de trabalho para criar redes próximas ao cliente, os participantes da lista usam seus trajetos rotineiros para deslocar coletivamente os pedidos, reduzindo o impacto da logística de distribuição. O Comida da Gente foi criado para aproximar quem produz de quem consome.

---

<sup>5</sup> Disponível em <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2015/10/agricultura-organica-deve-movimentar-r-2-5-bi-em-2016> acessado em 10 de novembro de 2016.



Na Junta Local o foco é no comércio justo, com margem alta para o produtor e preço baixo para o consumidor. Orgânico não é produto de elite, comida boa tem que ser para todo mundo. “Começamos vendendo 30 sacolas e, nas últimas edições, foram mais de 200 pedidos” — explica o cientista político Thiago Gomide Nasser, um dos fundadores da Junta.

Devido à demanda do público pelas possibilidades de encontro com produtores, vários sítios, por conta própria, começaram a fazer suas entregas de cestas e pedidos em geral. O Lagoa Orgânicos, que fica na bicentenária Fazenda Lagoa em Teresópolis, oferece duas possibilidades de cesta, uma com 10 a 12 itens e outra com 8 a 10, com temperos, verduras, legumes e pelo menos uma fruta. Cerca de 75% das entregas são para a Zona Sul, mas tem pedido na Tijuca, em Inhaúma, na Pavuna, em Niterói, existe demanda em todo o território.

Estas iniciativas locais representam um conjunto de conhecimentos, habilidades e princípios adquiridos ao longo do tempo, que dão sentido e identidade a uma cultura de práticas que geram dinâmicas econômicas, de organização social e de articulação política. São experiências com um enriquecido repertório de práticas técnico-produtivas e de organização econômica e social que se apresentam criadoras de novos territórios sociais e econômicos e também de modos de vida sustentáveis. No entanto, como aponta Coraggio, é importante notar que estas práticas surgem da incapacidade do “sistema” de incorporar a todos, fazendo com que pessoas, famílias, grupos e comunidades locais recorram, crescentemente, às “táticas coletivas de sobrevivência” (CORAGGIO, 2003).



Segundo Manzini (2008), a transição da sociedade atual para uma sociedade mais sustentável se dará por meio de um processo social de aprendizagem, onde reaprenderemos a viver consumindo menos recursos e regenerando o tecido social. Como destaca o autor, esse processo não se dará por meio de uma ruptura radical, mas sim através de descontinuidades no âmbito local que apontarão para novas soluções, novas formas de responder às demandas sociais por bem estar sem comprometer a capacidade das futuras gerações em promover seu próprio bem estar. Nesse sentido, continua o autor, iniciativas socialmente inovadoras hoje em curso em todo o globo podem inspirar novos modos de organização, novas formas de comercialização, enfim novos modos de relacionamento entre os atores sociais.

Estas inovações sociais podem ser a chave de um futuro mais sustentável. Atualmente, um dos grandes gargalos para a consolidação da agricultura familiar de base agroecológica é o acesso ao mercado. Dessa forma, apresentaremos a seguir, uma experiência inovadora desenvolvida no interior da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Acreditamos que experiências como esta podem inspirar novos modelos de comercialização e contribuir para a sustentabilidade desse modo contra hegemônico de desenvolvimento rural.

### **Sobre a AFOJO e sua relação com a UFRJ**

A comunidade do Fojo está localizada na microbacia do Fojo, em Guapimirim, município da região metropolitana do Rio de Janeiro, localizado a 76 km da capital. A região fica aos pés da Serra dos Órgãos e tem conexão com a região serrana. É uma localidade muito visada pelos moradores da cidade que adquirem terrenos para construir segundas



residências, em meio a uma natureza exuberante, tomada por faixas de Mata Atlântica preservada.

A comunidade está organizada em forma de associação, com o nome Associação de Produtores Rurais e Artesãos da Microbacia do Fojo (AFOJO). Foi formada em 1996, a partir da reunião de alguns dos membros, mas se formalizou somente em 2010 a partir da necessidade de se organizarem para fortalecer o trabalho em grupo, pleitear o apoio e as ações do município e demais instâncias políticas e participarem de feiras orgânicas da cidade do Rio de Janeiro, sobretudo da feira da UFRJ. Essa articulação lhes permitiu formar um núcleo de Sistema Participativo de Garantia (SPG) e adquirir a certificação orgânica, processo que durou cerca de um ano, durante o qual uma série de encontros e oficinas foram realizadas.

Cerca de 50 famílias de agricultores vivem na região do Fojo, entre proprietários e arrendados, com um largo histórico em cultivo de alimentos. Destas, cerca de 15 estão envolvidas diretamente na Associação. No início, o principal produto comercializado era a banana e a venda era feita, sobretudo nas barracas na beira da estrada e diretamente aos veranistas nos fins de semana. A produção atualmente tem base agroecológica e é bastante diversificada. Algumas pessoas da comunidade, sobretudo os mais jovens, se dedicam a serviços esporádicos de construção civil, mas a grande parte das pessoas está dedicada à agricultura.

Respeitando a sazonalidade e buscando atender a demanda dos consumidores, os produtores da AFOJO produzem um grande número



de hortaliças e alguns produtos processados, como doces, compotas, geléias, pó de café, dentre outros. As atividades do grupo seguem os ciclos e dinâmicas do plantio agroecológico, que tem como objetivo reduzir ao mínimo a necessidade de insumos externos e aperfeiçoar os sistemas dentro da propriedade. Para tal, dedicam-se a compostagem, multiplicação de mudas, criação de animais, poda, manejo e colheita de frutos, plantas e raízes, preparação de compostos e adubos orgânicos, beneficiamento de alimentos, preparação dos produtos para a feira (porcionamento, embalagem, etc), dentre outras atividades.

As famílias de produtores estão espalhadas em diversas áreas do vale do Fojo e cultivam em terreno próprio ou arrendado. A sede da Associação fica próxima à entrada da região, é uma estrutura simples com uma área que abriga as máquinas de beneficiamento do café (conseguidas a partir de um projeto realizado pela ONG ASPTA que durou três anos, até 2015) e uma cozinha industrial para o processamento coletivo dos alimentos.

A prefeitura de Guapimirim fornecia o transporte até às feiras na cidade, para os produtores e suas mercadorias. Porém, esta ajuda foi interrompida em 2017, dificultando bastante a logística do grupo. Alguns produtores têm veículos próprios, mas boa parte ainda depende do transporte público que, de acordo com alguns depoimentos, custa caro, é mais trabalhoso e suscetível aos assaltos bastante frequentes. Em alguns casos, os produtores conseguem enviar as mercadorias com os colegas ou outro transporte e fazem a viagem de ônibus, mas relatam o



inconveniente de chegarem muito depois dos produtos e atrasarem para a montagem da feira.

Um dos obstáculos que enfrentam é o desinteresse do município em se organizar para o cadastramento e emissão do Selo de Inspeção Municipal (SIM) que ainda não existe na prefeitura local. Existe certa “vista grossa” por parte do município que libera a produção destes alimentos que deveriam ser certificados, mas os produtores relatam que já houve ameaças de interromper estas atividades.

Uma das ações que a AFOJO tem catalisado é a mobilização para a criação de um Conselho de Desenvolvimento Rural Sustentável, estrutura prevista por lei que garante a mediação e a defesa dos interesses dos envolvidos na construção do plano de desenvolvimento dos municípios e que abre as portas para a venda institucional dos produtos da Agricultura Familiar.

Como as estruturas de produção, sobretudo a cozinha industrial, ainda não estão completas, os produtores não podem utilizar o selo da Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro (ABIO) para certificação orgânica nos produtos, mas os feirantes relatam que a relação com o consumidor constrói um processo de confiança que ultrapassa a necessidade de certificação. Consideram, todavia, importante a presença do selo nos produtos, para agregar valor e “confirmar” a palavra do agricultor, sobretudo quando o produto é vendido fora do ambiente das feiras.

O preço de comercialização, de acordo com o depoimento coletados, é, em parte, justo. Porém, se forem somar todas as variantes, o



valor final de comercialização de alguns produtos não paga as despesas reais dos mesmos (é o caso do café, por exemplo, bastante trabalhoso, mas que não tem saída se for vendido pelo preço “justo”). O equilíbrio vem com a diversidade de produtos: um produto com menor custo de produção compensa o outro. Um dos carros chefes na comercialização é o palmito pupunha e cada vez mais agricultores tem se dedicado a esse plantio. Somente frutas sazonais e pouco utilizadas, como jaca e fruta pão costumam sobrar nas feiras, na época da safra, o restante é todo comercializado.

A relação dos produtores da AFOJO com a UFRJ teve início em 2009 quando um grupo de técnicos e professores da instituição discutia a possibilidade de incluir alimentos orgânicos e agroecológicos provenientes da agricultura familiar nas refeições fornecidas pelo Restaurante Universitário (RU). Por questões burocráticas e pela dificuldade dos produtores em fornecer a quantidade necessária para atender ao RU, o projeto não foi adiante. No entanto, a mobilização realizada junto aos produtores resultou em uma ideia alternativa. A Feira Agroecológica da UFRJ teve início em 2010 com o objetivo de oferecer alimentos de qualidade para a comunidade universitária e mobilizou inicialmente agricultores de seis municípios do estado. Atualmente, mobiliza seis famílias dos municípios de Magé e Guapimirim que semanalmente vendem seus produtos em quatro pontos de venda na Universidade.

A participação da AFOJO na Feira Agroecológica da UFRJ, além de aumentar sensivelmente a renda das famílias, trouxe benefícios no



âmbito social e cultural, através do intercâmbio de conhecimentos e a participação em práticas e vivências ligadas à agroecologia e pesquisas de extensão. Porém algumas dificuldades estruturais, como a logística de transporte, a dificuldade de engajar os jovens na produção e no trabalho na Associação, estão entre os principais problemas enfrentados pelos agricultores e que ameaçam a continuidade das atividades.

Desde o início da relação entre os produtores e a universidade, diferentes grupos da comunidade acadêmica vêm interagindo com a AFOJO. Laboratórios e grupos de pesquisa e projetos de extensão têm nessa parceria inúmeras possibilidades de colocar em prática o conhecimento gerado e discutido em sala de aula. Merecem destaque o Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social (LTDS) da COPPE, o Instituto de Nutrição Josué de Castro (INJC), o Instituto de Estudos de Saúde Coletiva (IESC), os projetos de extensão Capim-Limão do Instituto de Biologia e MUDA da Escola Politécnica, além da Agência UFRJ de Inovação, principal articuladora institucional da Feira.

Algumas ações realizadas nos últimos anos demonstram a fertilidade dessa parceria. Em 2013, um projeto de extensão realizado pelo LTDS/COPPE/UFRJ buscou trabalhar aspectos relacionados à comunicação da Feira. Como produtos, desenvolveu o “Caderno de Receitas da Feira Agroecológica da UFRJ” para divulgar os usos tradicionais culinários de produtos vendidos na feira e o vídeo “Do campo ao campus”<sup>6</sup> para apresentar aos consumidores o cotidiano dos produtores para viabilizar sua participação na feira da universidade.

---

<sup>6</sup> Disponível em <https://youtu.be/OzG8LTsAW9Y>



O projeto de extensão MUDA/UFRJ é outro grupo muito atuante na relação com a AFOJO. Realiza muitas atividades em parceria com os produtores e buscam promover a troca de experiências e saberes entre os estudantes e o mundo rural. Duas atividades merecem destaque: as vivências agroecológicas, cujo objetivo é promover a aproximação consumidor-produtor, a construção do conhecimento agroecológico, valorização do trabalho dos(as) agricultores(as) e valorização do consumidor consciente; e o projeto CASA (Comunidade Acadêmica que dá Suporte à Agricultura), iniciado em 2016, norteadado pelo conceito de CSA (Comunidade que dá Suporte à Agricultura), promove a venda antecipada dos produtos por meio de cestas entregues semanalmente.

### **Os desafios da comercialização**

É nesse contexto que ocorreu a participação do curso de Gastronomia da UFRJ no projeto “Alimentos bons, limpos e justos: ampliação e qualificação da participação da agricultura familiar brasileira no movimento Slow Food”, por meio do envolvimento do professor Ivan Bursztyrn e do bolsista Leonardo Martins. Dentre as atividades realizadas no âmbito do projeto, fizemos uma visita técnica para conhecer de perto os produtores da AFOJO e levantarmos informações sobre seu percurso. A atividade foi organizada pelos autores deste capítulo e contou com a presença de professores e estudantes do curso de Gastronomia da UFRJ, além de duas integrantes do Slow Food Niterói. O grupo se encontrou pela manhã no campus da Ilha do Fundão da UFRJ e seguiu de van até o município de Guapimirim, região



do Fojo, onde fomos recebidos pela família do casal Domingos e Oreni, proprietários do Sítio do Café. Após um lanche farto preparado com produtos locais, demos início à visita que percorreu três sítios de membros da Associação e, durante o percurso, conversamos sobre as dinâmicas de produção do grupo, as práticas ligadas à agroecologia, as dificuldades e desafios de se produzir e comercializar produtos orgânicos, a questão da sucessão rural e outras temáticas paralelas. Em seguida, nos dirigimos à sede da AFOJO, onde nos esperavam outros membros da Associação para uma roda de conversas e aplicação do diagnóstico FOFA. O diagnóstico foi conduzido de forma semi-estruturada, a partir do levantamento de temáticas norteadoras, como “cultivo/ produção/ processamento”, “organização”, “comercialização”, “relações institucionais” e “aspectos culturais”.

A atividade tinha como objetivo aprofundar o diagnóstico inicial realizado pelo bolsista do projeto em contato com a comunidade, focando nas temáticas da organização do grupo e comercialização dos produtos, a partir da aplicação de uma matriz FOFA e entrevista não estruturada. A visita também visava aproximar a comunidade da rede do Movimento Slow Food, trocando informações sobre o funcionamento do Movimento e estreitando as ligações com os grupos locais. Como resultados, conseguimos aprofundar no diagnóstico da realidade do grupo, aplicar a metodologia da Matriz FOFA, aproximar os participantes dos conceitos e metodologias do Slow Food e estreitar o vínculo entre o projeto e a Universidade.



### Quadro 1. Análise FOFA

<p><b>Forças (internas)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prazer pelo trabalho no campo</li> <li>• Conhecimento e prática com a lida da produção</li> <li>• Terreno fértil e acesso à água</li> <li>• Diversidade de produtos</li> <li>• Construção de uma relação de confiança com os consumidores</li> <li>• Relação de proximidade entre os membros do grupo (núcleos familiares)</li> <li>• Maquinário próprio</li> </ul>	<p><b>Oportunidades (externa)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso do selo de orgânico nos produtos, que vai ajudar nas vendas e na relação com o consumidor</li> <li>• Criação do Conselho de Desenvolvimento Rural Sustentável, que vai facilitar a venda institucional</li> <li>• Venda institucional na região (PNAE)</li> <li>• Aumento da renda com a venda de produtos nas feiras, o que dá estabilidade para as famílias e interessa o jovem ao trabalho</li> <li>• Trabalho em parceria com grupos de estudantes e iniciativas ligadas à agroecologia e projetos de extensão, que trazem motivação para o grupo, novas técnicas, práticas e ajuda na construção de estruturas e no trabalho</li> <li>• Turismo rural e turismo de experiência</li> <li>• Finalização da cozinha, que irá melhorar o trabalho (melhor estrutura) e permitir o uso do selo (condição para a certificação)</li> </ul>
<p><b>Fragilidades (internas)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Baixa participação e desinteresse dos jovens no trabalho da produção e dinâmicas da Associação</li> <li>• Idade avançada dos membros do grupo</li> <li>• Dificuldade de transporte dos produtos (não possuem veículos próprios)</li> <li>• Pequenos desentendimentos internos</li> <li>• Pragas e animais silvestres prejudicam as plantações</li> </ul>	<p><b>Ameaças (externas)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiscalização que ameaça a venda de produtos sem o selo de inspeção</li> <li>• Falta de atendimento dos técnicos de assistência rural (sobretudo EMATER)</li> <li>• Não renovação do apoio da Prefeitura para o transporte</li> <li>• Estradas precárias / falta de manutenção</li> <li>• Falta de suporte jurídico a fim de prestar celeridade à burocracia</li> </ul>

Fonte: Elaborado pelos autores

O contexto das comunidades que integram a AFOJO é bem particular e, ao mesmo tempo, bastante representativo do universo da agricultura familiar na região Sudeste. Por um lado, o grupo já trabalha com técnicas complexas e avançadas para gerenciar o manejo e a



produção agroecológica; se organizou para formar a associação e para sustentar um processo de certificação participativa (SPG), que representa um grande desafio na relação e união dos empreendimentos; acessa o circuito de feiras orgânicas e agroecológicas em diferentes municípios, como Rio de Janeiro, Teresópolis e Magé, o que lhes garante uma clientela com alto poder aquisitivo e consciência bem desenvolvida; e, participa constantemente de encontros, intercâmbios e vivências multidisciplinares. Por outro lado, ainda tem que lidar com obstáculos básicos, como o acesso às propriedades e o transporte dos produtos, e mais complexos, como a falta de interesse e/ou articulação do poder público local para emissão de alvará sanitário e para a compra institucional, a dificuldade de concluir as obras estruturais da sede da Associação e dos espaços coletivos de produção (que impedem, por exemplo, a utilização do selo nos produtos e exige a descentralização da produção) e o baixo envolvimento dos jovens nas atividades, o que os coloca diante de uma iminente ruptura com a continuidade do trabalho.

O acesso às feiras, que permite à venda direta e a comercialização a um preço mais justo, garante não só uma possibilidade de aumento da renda, mas também da troca de experiências e construção de uma relação de confiança com os consumidores. São espaços de encontro que estimulam o trabalho e que trazem mais significado ao ato da compra de alimentos. Praticamente todos os produtos levados pelos agricultores são comercializados, portanto a perda é mínima. No entanto, é sempre importante notar a fragilidade e o desequilíbrio destas situações, uma vez que toda a renda dos agricultores depende da feira (portanto da



disponibilidade de produtos, da certeza de levá-los até a feira, da presença do cliente e da existência mesma da feira, sendo não raras as situações onde há ameaça de interrupção de feiras ou de concessão de espaços). Além dos períodos de férias, no caso das feiras realizadas dentro do campus da UFRJ.

Se os agricultores dependem exclusivamente das feiras, os consumidores dificilmente se envolvem a fundo ou estão dispostos em se comprometer, de alguma forma com a compra. A “liberdade” para escolher os produtos que se deseja comprar é muito importante nos hábitos de compra do público da cidade. As iniciativas de entrega de cestas (produtos definidos pela sazonalidade e pela disponibilidade) e de modelos como o do CSA (Comunidade que Suporta a Agricultura) são ainda muito incipientes em todo o Brasil e são estratégias que garantem uma maior estabilidade para o agricultor e preços mais baixos para o consumidor.

A experiência da AFOJO deixa bem clara as contradições destes sistemas, as dificuldades estruturais que impedem o desenvolvimento destas iniciativas e as oportunidades latentes que poderiam garantir um padrão mais elevado de qualidade de vida e de desempenho do trabalho.

A melhoria na renda e as possibilidades que se abrem com o acesso aos mercados, projetos e ambientes ligados às feiras orgânicas, à prática da agroecologia e o trabalho em grupo poderiam estimular os jovens a se envolverem nesses processos e buscarem novas formas de desenvolver o trabalho, inclusive agregando novas tecnologias capazes de melhorar ainda mais a qualidade de vida no campo. O descaso do poder



público dificulta ainda mais as tentativa de organização e de acesso a programas destinados a agricultura e a desigualdade ainda muito presente no contato com a cidade (e com os próprios veranistas e suas propriedades luxuosas na região) faz com o que o jovem não enxergue o trabalho no campo como uma perspectiva de vida possível e desejável.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A aproximação entre produtores e consumidores garante a confiança nas relações e estimula ambos a se engajarem numa produção de alimentos que seja boa e justa para todos e limpa para o ambiente. O envolvimento dos jovens nas atividades aumenta com a possibilidade de geração de renda e de introdução de novas tecnologias e práticas para facilitar o trabalho.

Os intercâmbios realizados com grupos de estudantes, pesquisadores e técnicos trazem novidades para o campo e movimentam o ambiente das famílias, permitindo vivências que aprofundam a ligação das pessoas com a produção do alimento. Mais do que uma relação comercial, as relações de proximidade estabelecidas entre os produtores e membros da comunidade acadêmica da UFRJ são pautadas pelo mútuo reconhecimento, confiança e parceria. Nas palavras do produtor rural William,

“Essa parceria com a universidade é muito boa. De todas as feiras que eu participo, sinceramente, a que eu mais gosto de vir é aqui. Não pelo resultado econômico, mas até é o melhor resultado econômico. É muito mais pelo contato com as pessoas que, geralmente, aqui dentro desse espaço, as pessoas que estão aqui são mais conscientes e tem a satisfação em consumir alimentos de qualidade.”



Grupos de consumidores organizados se interessam por conhecer a produção, fazer parte de mutirões e encontros e garantem a venda de cestas semanais entregues na cidade. Com isso, melhoram sua alimentação consumindo alimentos mais saudáveis e frescos e contribuem para a sustentabilidade de um sistema que mesmo periférico e contra hegemônico garante o sustento e qualidade de vida de muitas famílias no meio rural.

Governo local e demais entidades facilitam o acesso a programas de incentivo à produção, capacitação e assistência técnica, colaboram na manutenção das estradas e demais infraestruturas e estabelecem os acordos para a compra institucional de alimentos para as escolas e demais órgãos públicos. No entanto, a recente instabilidade institucional e descontinuidade de programas de apoio ao pequeno produtor colocam em risco esse frágil arranjo produtivo.

Cozinheiros e gestores de restaurantes também se aproximam dos agricultores e do universo da produção para garantir em seus estabelecimentos alimentos saudáveis e de produção local. Unem-se aos jovens produtores para desenvolver novos produtos e se comprometem com a compra de parte da safra mensal, barateando os seus custos e agregando valor à sua atividade. A parceria entre restaurantes e pequenos produtores locais ainda é muito incipiente, mas pode representar uma importante alternativa para o escoamento da produção, principalmente devido à constância e escala dessas compras. Porém para realizar todo esse potencial os restaurantes também não podem ser meros



consumidores, devem assumir um papel ativo na coprodução desses alimentos.



## REFERÊNCIAS:

- ALTIERI, Miguel; LETOURNEAU, Deborah; DAVIS, James. Agroecology. *BioScience*, vol. 33, n. 1, p. 45-49, 1983.
- BLANC, Julien. Family farmers and major retail chains in the Brazilian organic sector: Assessing new development pathways. A case study in a peri-urban district of São Paulo. *Journal of Rural Studies*, n. 25, 2009.
- CAPORAL, Francisco Roberto; COSTABEBER, José Antônio. Segurança alimentar e agricultura sustentável: uma perspectiva agroecológica. *Revista Brasileira de Agroecologia*, v. 1, n. 1, p. 87-90, 2006.
- DAROLT, Moacir Roberto. Desenvolvimento rural e consumo de produtos orgânicos. In: ARAÚJO, João B. S.; FONSECA, Maria Fernanda. (Orgs.). *Agroecologia e agricultura orgânica*. Campinas: CONSEPA, 2005. p. 11-30.
- DELGADO, Ana; STRAND, Roger. Looking north and south: ideals and realities of inclusive environmental governance. *Geoforum*, n. 41, p. 144–153, 2010.
- CORAGGIO, José Luis. Economia do trabalho. In: CATTANI, Antonio David (Org.). *A outra economia*. Porto Alegre: Veraz, 2003. p. 88-96
- LAYRARGUES, Philippe P. Educação ambiental com compromisso social: o desafio da superação das desigualdades. In: LOUREIRO,
- LOUREIRO, Carlos Frederico B. et al. (Orgs.). *Repensar a educação ambiental*. São Paulo: Cortez, 2009. p. 11-32.
- MANCE, Euclides André. *Conexão Solidarius: as fendas sistêmicas do capitalismo e sua superação sistêmica*. Passo Fundo: IFIL, 2008.
- MANZINI, Ezio. *Design para a Inovação Social e sustentabilidade: Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais*. Rio de Janeiro: Editora e-papers (2008).
- MAZZOLENI, Eduardo Mello; NOGUEIRA, Jorge Madeira. Agricultura orgânica: características básicas do seu produtor. *RER*, Rio de Janeiro, v. 44, n. 2, p. 263-293, 2006.
- PENEREIRO, F. M. *Sistemas agrofloretais dirigidos pela sucessão natural: um estudo de caso*. 1999. 138 p. Dissertação (Mestrado em Ciências) - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz. Piracicaba, 1999.
- PETRINI, Carlo. *Slow Food: Princípios de uma nova gastronomia*. São Paulo: Editora Senac, 2009.





# **AS PRAGAS IRÃO TODAS PARA SUA LAVOURA: ilhados em um mar de agrotóxicos**

GRASSI, PEDRO HENRIQUE  
SEIXAS, CRISTIANE MARQUES  
FERREIRA, FRANCISCO ROMÃO

## **INTRODUÇÃO**

Circula na sabedoria popular do meio rural que o Brasil está sendo assolado pelas pragas do Egito. Algumas intempéries naturais e dificuldades no plantio em decorrência de questões climáticas, manejo do solo e o uso de produtos químicos que prejudicam a lavoura remetem à memória bíblica. Conta a tradição religiosa cristã que o deus de Israel exigia que o Faraó do Egito libertasse o povo hebreu, caso contrário o Egito seria assolado por dez pragas. Ninguém sabe de fato se as dez pragas se concretizaram, nem quais seriam os incidentes naturais que as desencadearam, mas hoje no Brasil podemos assistir essa mesma ameaça sendo proferida entre os pequenos agricultores.

O autor é, junto com sua família, pequeno produtor e estávamos iniciando o plantio de uma lavoura de milho quando a frase que dá título a esse capítulo foi pronunciada por outro produtor rural, de um sítio vizinho, ao tomar conhecimento de que não iríamos utilizar nem sementes transgênicas e nem agrotóxico em nossa lavoura. “As pragas irão todas para sua lavoura” foi uma frase amiga, destinada ao cuidado, mas que já anunciava que se não fosse respeitada a lavoura não vingaria e viria a praga do prejuízo. Se antes a maldição vinha da religião, hoje a



maldição é proveniente da racionalidade pragmática do capitalismo e dos interesses do mercado.

Praticamente todas as lavouras, e dizemos praticamente por não podermos afirmar com certeza que são todas, ao redor do local que fica nosso sítio utilizam dessas tecnologias agroquímicas e Organismos Geneticamente (OGMs). Assim, segundo o conselho a nós direcionado, se deixássemos de fazer nossa lavoura<sup>7</sup> dessa mesma forma com certeza os insetos e outras pragas iriam atacá-la e destruí-la. O uso desses produtos é tão disseminado que alguns agricultores afirmam que existe uma certa dificuldade em conseguir financiamento para o plantio caso não utilize tais produtos, configurando assim um modo coercitivo de atuação dos interesses do mercado. O discurso que aparece na frase acima na forma de um conselho pode ser entendido também como o discurso hegemônico do mercado que utiliza de todos os meios para impor a sua lógica.

Compartilhamos de Foucault (1994, p. 595) a ideia de que se pode utilizar a arqueologia para analisar o discurso, quando esse assume a modalidade de arquivo. Essa arqueologia não está relacionada com a geologia e nem com a genealogia. O que ela compreende é o modo de se investigar por etapas, dando ao discurso uma forma, um tempo, uma ética, etc. O discurso, nesse contexto, se compreende a partir de uma episteme, da utilização conjunta de diversos saberes, de forma horizontal.

---

<sup>7</sup> Nossa lavoura fica no município de Ouro Fino, MG, onde há duas décadas trabalhamos de forma exclusiva sem a utilização de agroquímicos.



Desta forma podemos estabelecer no discurso sobre a “certeza” de as pragas atacarem a lavoura, uma ligação com a utilização de agroquímicos comum nos tempos modernos por trabalhadores rurais, assim como também é com os OGMs. A não utilização destes passou a ser tratada com desprezo e também como um ato de ignorância sobre seus “benefícios”. Essas técnicas de agricultura convencional se tornam lei divina para pequenos agricultores, em sua maioria de agricultura familiar, que temem os danos à sua lavoura, que está intimamente ligado ao prejuízo financeiro, ao não retorno do investimento. Como se reeditássemos a história relatada na Bíblia, agora o grande deus que se sente desrespeitado passa a ser o capital encarnado no agronegócio, assumindo a característica onipresente e punindo os agricultores transgressores que se aventuram a produzir sem utilizar de suas técnicas sagradas.

O presente trabalho objetiva compreender como o discurso sobre o uso dessas técnicas agrícolas pelos pequenos agricultores se relacionam a produção de subjetividade capitalista que tem práticas que não visam a recomposição do solo de forma natural, sendo feita sempre a partir de agroquímicos, não praticam a rotação de cultura, utilizam de sementes transgênicas fabricadas em laboratório, diminuindo a variedade de plantas existentes. Esses modelos, somados a utilização de pesticidas que poluem o solo, os rios, as águas subterrâneas e o ar, resultando em uma exploração e contaminação excessivas dos recursos naturais. Essas práticas são opostas ao desenvolvimento sustentável da agricultura que busca a perpetuação dos recursos naturais disponíveis. Nossa hipótese é



de que agentes externos, como os interesses do mercado global de commodities e das empresas transnacionais que produzem sementes e insumos agrícolas, modulam os territórios, aqui entendidos tanto no que diz respeito às subjetividades que se relacionam com a produção agrícola como também no que diz respeito ao terreno onde a produção se dá. Assim o que se planta, como se planta, o que se utiliza para plantar são escolhas definidas por agentes externos em que o sujeito pode ou não acatar, mas ele estará sob ameaça das consequências de cada alternativa que inserir em sua lavoura.

Fizemos um recorte de três diálogos ouvidos tanto pelo autor quanto por sua família que utilizamos para explorar o modo como a subjetividade capitalista da produção convencional ressoa nos discursos dos agentes envolvidos na produção agrícola. Selecionamos os diálogos ocorridos com três sujeitos diferentes que tem participação em diferentes áreas relacionadas a agricultura, sendo eles um agrônomo, um pequeno produtor e um trabalhador rural. As frases ouvidas tem em comum a tentativa de desmitificar a agricultura sustentável onde cada um apontava um conhecimento referente a sua área de atuação, tentando nos convencer da indiferença na qualidade da produção, do perigo iminente à lavoura ou da dificuldade acrescida ao trabalho.

Utilizamos como metodologia uma análise que consiste em observar nos discursos a ressonância de uma ideologia capitalista, relacionada ao mercado que visa a produção de lucro e que tende a negar a possibilidade de que a agricultura sustentável possa ter um retorno econômico satisfatório. Assim fizemos um contraponto entre os



discursos ouvidos e a história de vida do autor que apresenta elementos de que a agricultura sustentável é possível de acontecer de forma eficiente e satisfatória, mesmo que exija uma nova reorganização das relações com a agricultura e com outros parceiros, o que, no nosso caso, foi construído através da reorganização das práticas e do encontro com outros sujeitos que compartilhavam os mesmos princípios de que a produção agrícola, o retorno econômico e a sustentabilidade podem figurar no mesmo plano de ação.

É a essa produção de subjetividade que habita os territórios que se refere o subtítulo deste capítulo: este é o sentimento que estar rodeado por produções convencionais (nome da produção que utiliza agroquímicos, fertilizantes, OGMs, etc.) nos causa e nos coloca em um estado de solidão, isolados tanto física como subjetivamente dos preceitos hegemônicos. Este “estar ilhado em um mar de agrotóxico” do nosso título não visa se referir apenas ao território geográfico das lavouras, mas, também, do território da subjetividade que passa ser cada vez mais cerceada por outras produções subjetivas que difundem a produção agrícola convencional. Esse trabalho é sobre como e por que se tornou convencional e naturalizada uma forma de produção agrícola que tanto difere dos processos intrínsecos da natureza.

## **Histórias e vidas**

Para acompanhar nossa reflexão lançamos mão de dois métodos descritos por Howard Becker: as Histórias de Vida e o Mosaico Científico. O primeiro se trata de um recurso metodológico que nos



permite a partir do relato do sujeito, de sua experiência e sua interpretação do mundo no qual vive. Para Becker (1994);

A história de vida atribui grande importância às interpretações que as pessoas fazem de sua própria experiência como explicação para o comportamento. Para entender porque alguém tem o comportamento que tem, é preciso compreender como lhe parecia tal comportamento, com o que pensava que tinha que confrontar, que alternativas via se abrirem para si; é possível entender os efeitos das estruturas de oportunidade, [...] das normas sociais, assim como outras explicações comumente evocadas para explicar o comportamento apenas encarando-as a partir do ponto de vista dos atores. (p. 103)

Cada um dos fragmentos de histórias de vida reunidas aqui são peças para a formação de um mosaico (BECKER, 1994, p. 104). Elas se relacionam umas com as outras, possibilitando que possamos compreender o quadro geral. Para a compreensão dos fenômenos nenhuma história é mais importante que a outra. O mosaico dá forma ao acontecimento, ao discurso.

A epistemologia das Ciências Sociais nos dá o suporte para a compreensão dos discursos em jogo na medida em que elas exercitam uma prática compreensiva das realidades sociais e também uma prática epistemológica sobre a cientificidade de suas próprias descobertas. A partir dela podemos perceber os códigos e estruturas comuns entre as pessoas, culturas, instituições, campos e relações, identificando as interpretações dos diferentes atores sociais, de acordo com as suas posições e interesses, fazendo com que detalhes que passam despercebidos na vida cotidiana e que são naturalizados na vida social, sejam identificados e problematizados. A partir dessa epistemologia é



possível identificar numa simples frase de um agricultor as diferentes visões de mundo e a especificidade dos sistemas culturais e suas subculturas, que por sua vez representam visões dominantes e hegemônicas que mantêm os mecanismos de dominação e alienação.

Quais são as peças que compõem a produção agrícola? Com certeza são infinitas, mas para que esta reflexão seja viável, separamos alguns elementos fundamentais para que possamos responder ao nosso problema. É a partir da região rural da cidade de Ouro Fino, interior do estado de Minas Gerais, da história de vida referente a um dos autores e o encontro dele com o discurso proferido por três sujeitos relacionados a produção agrícola. Não entendemos que seja relevante para esse trabalho a construção das histórias de vida dos sujeitos que proferiram as frases, limitaremos apenas aos discursos proferidos e seus lugares que ocupam na produção agrícola.

O primeiro discurso aconteceu no encontro com um agricultor familiar, o segundo foi com um trabalhador rural e o terceiro com um agrônomo. Por não compartilharem com os modos de produção não convencional, a partir da história de um dos autores que podemos contextualizar como os discursos dos três sujeitos chegaram até nós. Observamos também que os fragmentos de diálogos aconteceram separadamente com cada um desses três agentes. Esses fragmentos e uma observação geral sobre as funções dos sujeitos nos ajudarão a compor o mosaico. Cabe a nós montar o mosaico a partir desses encontros, destacando elementos que estruturam o pensamento capitalista e indicam a forma como ele se liga à produção agrícola e de



subjetividade do produtor. E para isso, evocamos uma abordagem transdisciplinar do conceito de território a partir da perspectiva filosófica Deleuze-guattariana e da perspectiva do geógrafo Milton Santos.

## **Agricultura em Ouro Fino**

Assim, é desde a infância que esses universos agrícolas distintos existem para mim<sup>8</sup>: de um lado a produção convencional e de outra a orgânica, por mais que eu ainda não os diferenciasse ou pudesse entender devido a minha baixa idade e distanciamento do assunto. Nunca fomos uma família rural, meus pais trabalhavam na cidade, a produção agrícola era mais a respeito de uma paixão do meu pai, que nasceu em uma família de agricultores, do que sobre gerar renda. Meu pai, hoje já falecido, entendeu que a utilização de agrotóxicos em sua lavoura era como usar “bala de canhão para matar pardal”, frase ouvida por ele ao se vangloriar de sua bela safra de café com utilização de um produto químico específico. Após ouvir essa frase resolveu transformar sua produção convencional em orgânica, conheceu outros pequenos agricultores que pensavam da mesma forma e juntos no ano de 1999, na cidade de Ouro Fino (MG), criaram a Associação Agroecológica de Ouro Fino (AAOF). Em 1999 eu tinha meus oito anos de idade e a ideia de alimento orgânico invadiu minha vida, de modo que eu nem sabia que existia a distinção para o convencional. E assim cresci, tendo sempre acesso a alimentos orgânicos o máximo que fosse possível, comprando

---

<sup>8</sup> História de vida de um dos autores.



direto dos agricultores que comercializavam em suas bancas no “Mercadão”, o Mercado Municipal de Ouro Fino.

A AAOF existe até os dias de hoje e tem crescido bastante. Recentemente conseguiram adquirir maquinário para beneficiarem os alimentos para comercialização. Lembro que um grande progresso da associação fora à aquisição de uma Kombi que possibilitou que levassem produtos para comercializar na cidade de Campinas/SP, que fica a uns 100 km de Ouro Fino. Esse movimento se deu pois o mercado é mais rentável lá, e, pouco a pouco, foram sumindo as bancas com alimentos orgânicos do Mercado de Ouro Fino. Mas todo esse processo que relato aqui não aconteceu de imediato. Cada uma dessas conquistas envolvia muito trabalho. Mas com muito suor e calos nas mãos, hoje conseguem uma rentabilidade agradável para seus esforços na lavoura.

Recentemente, após o falecimento de meu pai, em uma conversa com o camarada que trabalhava para ele, uma de suas perguntas foi se a partir daquele momento passaríamos a utilizar agrotóxicos na lavoura. Esse diálogo aconteceu por dois motivos. Primeiro porque era meu pai a referência que organizava a produção das lavouras, sendo ele quem punha a mão na massa o resto da família aparecia como desconhecedores daquele assunto devido ao distanciamento que tínhamos da produção agrícola por estarmos envolvidos em meios acadêmicos, entre outros. Segundo, junto com o falecimento de meu pai também morria tudo o que ele acreditava e construía, como se fosse um movimento dele, somente dele, e que agora poderia ser reordenado da maneira mais conveniente ou convencional de se produzir. Também



aparenta que agora era ele, o trabalhador, que detinha o conhecimento sobre como se trabalha com agricultura e não a família, então passaria a dar as ordens. Acontece que realmente tínhamos um grande distanciamento da produção agrícola, mas não desconhecimento sobre ela e sobre os motivos de se produzir de forma orgânica e não de forma convencional.

No momento da escrita desse capítulo faz três anos que meu pai faleceu. E desde o ocorrido que temos dificuldade para voltar às produções no sítio devido a esse distanciamento que existe da nossa família da prática agrícola. Por ser meu pai quem botava a mão na massa houve a possibilidade de que nós seguíssimos outros caminhos, buscando uma graduação, arrumando outros empregos. Meu pai era quem tinha motivação para lidar com o sítio, no prejuízo e na fatura, domingo após domingo e de estressar (e ele se estressava muito) com os problemas que surgiam de lá. Dessa forma sempre fomos um tanto distantes, principalmente das questões administrativas, do sítio. Era tudo meu pai quem resolvia. Assim, após o seu falecimento, quando resolvemos voltar às produções, todos trataram a nós como pouco conhecedores, sendo motivados a nos dar as dicas necessárias para que se possa produzir.

Essas histórias que vi acontecer e que relato, do meu pai, da AAOF e a de minha família foram acrescentadas com o objetivo de dar ao leitor um panorama dos movimentos que aconteceram em nossa jornada agrícola, e como ela se organiza frente aos diálogos disparadores dos fragmentos que utilizaremos para a investigação. Destacamos



algumas informações que serviram de contraste com os fragmentos que virão logo em seguida.

Primeiro é que meu pai, minha família, não é dependente da renda rural, e na maioria das vezes, inclusive, o dinheiro investido nessas produções era retirado do trabalho que meu pai tinha como eletricitista de carros, tendo pouco ou nenhum retorno, já que não comercializávamos frequentemente os produtos. Segundo é que, no caso da AAOF, todos os participantes tiveram que se reorganizar e buscar novas alternativas para que fosse possível o retorno necessário para a renda familiar, já que a grande maioria dos associados à AAOF são produtores rurais que obtém toda a renda da agricultura e pecuária. Houve um grande esforço por parte de todos para conseguir manter suas produções orgânicas, levando-os a buscar outros lugares para comercializar.

Também é importante mencionar que os agentes dos fragmentos que serão mencionados no próximo tópico não possuem nenhum desses “privilégios”. O produtor rural, por exemplo, vive apenas da renda de suas lavouras que são comercializadas para atravessadores. Já o trabalhador rural é quem bota a mão na massa e tem seu salário fixo, independente do esforço que promove. Já o agrônomo ocupa outro patamar, ele é dono do saber, reproduz o conhecimento que obteve em seus estudos e que sendo seguida a produção é garantida e até maximizada, essa é a questão que importa, já que aparentemente é essa a necessidade dos produtores, que vendem o resultado de suas lavouras a preços delimitados pelo comprador.



No primeiro caso, da AAOF, eles construíram pequenas liberdades em relação a produção agrícola. Já no outro caso, estão em posição sujeita ao sistema de mercado, tendo sempre que garantir o menor custo e risco da produção, já que não são eles nunca que ditarão os preços da safra.

### **Conselhos?**

Houve frases disparadoras para a construção da nossa investigação, vindas de três sujeitos diferentes. A ordem dos diálogos é irrelevante já que nenhuma deles teve relação com outro. Mas achamos importante relatar o papel social que cada um desenvolve e que ocupa um lugar hierárquico a partir do saber e do poder. O primeiro diálogo foi com um agrônomo, o segundo com um produtor rural e o terceiro com um trabalhador rural. Essa hierarquia também aparece em relação à família do autor, que não ocupa nenhum desses lugares, nos colocando no nível inferior sobre o conhecimento do assunto. Por nossa relação não ser próxima ao campo agrícola todos os dizeres vieram como conselhos amigáveis e despretensiosos em relação a lucro ou qualquer outra coisa, exceto o trabalhador rural, mas ao relatar o seu fragmento explico melhor.

Primeiramente o agrônomo, nos informando sobre a produção de café, queria nos convencer de que “o agrotóxico evapora e não sobram vestígios no produto final”, ou que “existe pouca diferença no sabor entre o produto orgânico e o produto convencional” e que a produção orgânica é produto de uma “ideologia ingênua contra os



benefícios do uso dos agrotóxicos”. Num segundo momento vem o fragmento que dá origem ao título do trabalho e que foi proferida por um pequeno produtor com “certa preocupação” com a nossa lavoura. Na ocasião em que soube que iríamos produzir de forma orgânica e sem utilização de OGMs nos disse que era “loucura” e que as pragas iriam todas para nossa lavoura e para explicar o motivo e validar sua afirmação nos disse que era porque todas as lavouras em volta produziam da forma convencional e que se não fizessemos também as pragas que iriam para essas plantações iram todas para as nossas.

Separo o terceiro por não ter vindo de um conselho, mas souo como uma condição. Foi um fragmento dito por um trabalhador rural que habita uma casa na nossa propriedade. Um cearense que como outros tantos chegam à região em busca de trabalho e estava sem lugar para morar, era uma pessoa sem casa e nós tínhamos uma casa sem pessoas. Fizemos um acordo e ele foi morar lá e estava desejoso de plantar mandioca para seu consumo e foi na conversa sobre essa possibilidade que justificou que era “preciso usar um mata-mato (agrotóxico) para poder plantar a mandioca, porque o solo é duro para capinar”. Dissemos que não havia essa possibilidade do uso de agrotóxicos e ele nunca plantou mandioca. Ele também não aceitou o acordo de trabalhar como meeiro na produção de milho pelo mesmo motivo de não utilizarmos agrotóxicos. “O trabalho fica muito difícil.” Essa era a condição aplicada ao seu discurso.

Esses discursos, aparentemente fragmentados e dispersos, revelam uma fala oculta, um poder simbólico (BOURDIEU, 1989) que



atua de forma insidiosa e implícita em cada uma das falas. Esse aparato discursivo, que é naturalizado no meio rural, revela um determinado poder de construir formas de entendimento da realidade e dar sentido ao real. É um poder invisível que é exercido com a cumplicidade dos sujeitos e tem como função social a criação de uma espécie de coesão, produzindo a integração e o consenso, reproduzindo a ordem social. Ele é, ao mesmo tempo, um modo de compreensão da realidade, um instrumento de conhecimento e um modo de reprodução da ordem social. Deste modo, os sistemas simbólicos cumprem uma função política de instrumento de legitimação da dominação e asseguram a dominação de uma classe sobre a outra.

## **Discussão**

Existem quantidades significativas de estudos sobre o uso de agrotóxicos e OGMs na produção agrícola destacando seus prejuízos para a saúde do trabalhador, do consumidor, do meio ambiente. São exemplos os estudos de Soares et al (2003) sobre os fatores risco associados a utilização dos agrotóxicos para o trabalhador rural, também os estudos de Faria et al (2004) sobre o uso de agrotóxicos e a intoxicação no trabalho rural e também os estudos de Soares et al (2017) sobre a contaminação de águas subterrâneas pelo uso de agrotóxicos. Esses trabalhos são apenas alguns existentes sobre as consequências da utilização de agroquímicos na agricultura. A utilização de OGMs também encontra uma relação com a utilização de agrotóxicos, sendo



elas, no caso da soja, por exemplo, resistente a um determinado agrotóxico, assim podendo utilizá-lo sem trazer danos a planta cultivada.

Desde a criação do DDT<sup>9</sup> (proibido desde da década de 1970) os agrotóxicos ganharam notoriedade pelo grande auxílio no combate das pragas da lavoura, sejam insetos ou plantas invasoras. Mas como os estudos citados acima apontam, os agrotóxicos têm uma relação de riscos na saúde dos trabalhadores agrícolas, da contaminação de água e do meio ambiente, o mesmo que foi observado nos estudos sobre o DDT e que levaram a sua proibição mundial ou regulamentação para usos específicos como o combate da malária.

Contudo o que vemos é que mesmo existindo pesquisas sobre os impactos no ambiente e na saúde humana e dos trabalhadores, a prática de utilização de agrotóxicos é difundida pelos agricultores, agrônomos, trabalhadores rurais como o melhor método de produção, às vezes o único, o que fomenta a ampla utilização desses agrotóxicos, principalmente nos países subdesenvolvidos. Inclusive, no Brasil, a utilização dessas técnicas agrícolas obtém incentivos fiscais a partir da isenção de impostos relacionados aos agrotóxicos e a aviação agrícola (SOARES, 2010, p. 11).

## **Territórios**

Para que possamos compreender e adentrar ao objetivo desse artigo sobre como o discurso a respeito da agricultura convencional acontece e é assimilado lançaremos mão do conceito de território a partir

---

<sup>9</sup> Sigla de diclorodifeniltricloroetano, o primeiro pesticida moderno.



de duas perspectivas teóricas, uma com Deleuze e Guattari e outra a partir de Milton Santos. Focaremos na correlação existente entre elas. Para tanto, partiremos da definição do conceito de território nas duas abordagens.

Apesar de guardar relação com a terra, com o solo, para Santos (2007) o território ultrapassa esse aspecto concreto sendo entendido como o território usado, ou seja, o chão (solo, terra) mais a identidade que se agrega em função de seu uso. Para o autor, “O território é o fundamento do trabalho; o lugar da residência, das trocas matérias e espirituais e do exercício da vida” (p. 14). Também Santos (1998) refere-se ao território como um espaço que antigamente era o fundamento do estado-nação, mas que se apresenta atualmente como mundial, graças aos efeitos da globalização. E esse novo território passa a operar a partir dos interesses empresariais.

Na perspectiva de Deleuze e Guattari o território é onde desembocam os comportamentos e investimentos nos tempos e espaços sociais, culturais, estéticos, cognitivos (GUATTARI e ROLNIK, 1996), funcionando numa relação intrínseca com a subjetividade que o delimita (GUATTARI, 1985, p. 110). O território se constitui na relação que surge entre o espaço e quem o habita, seja ele ser humano ou não. O território, portanto, se constitui na relação. Para definir o território, Deleuze explica justamente essa relação lembrando que “há animais sem território, mas os animais de território são prodigiosos, porque constituir um território [...] é quase o nascimento da arte” (DELEUZE, 1988-1989, p. 4). É o ser que constitui o território, mas não é necessariamente todo ser que o constitui. Deleuze ainda nos mostra que “sair do território



(para os animais) é se aventurar” (DELEUZE, 1988-1989. p. 4, grifo nosso).

Os conselhos vêm, sob a perspectiva do território, demonstrar uma acomodação em busca de não se aventurar. “Permanece aqui, com todos nós, é menos forçoso, é mais seguro, bobeira ir por outro caminho”, parecem nos dizer. Mas o que vemos? Que o território ao modo de Santos, mas também de Deleuze e Guattari, tem uma tendência a se internacionalizar, globalizar, a partir dos interesses hegemônicos sendo necessário que sejam reproduzidos neles as suas lógicas. O capitalismo cria os territórios que passam a ser ocupados como se fossem próprios dos sujeitos, apagando todo o jogo do capital intrínseco a essas relações. Um exemplo da criação dos territórios que se difundem amplamente na atualidade é a “Revolução Verde” que se deu após a segunda grande guerra.

O discurso da Revolução Verde estava repleto de uma perspectiva ocidental sobre a ciência, o progresso e a economia, que deviam promover-se (impor-se, se for preciso) nos países do chamado Terceiro Mundo. Em consonância com a teoria da modernização, que era o modelo de desenvolvimento próprio desses anos [...] a Revolução Verde identificava no Terceiro Mundo uma série de carências que deviam ser satisfeitas, à base de aumentar quantitativamente os bens e os serviços. Ao mesmo tempo, essa febre produtivista, que em teoria beneficiaria os países pobres, servia tanto para aumentar a produção de matérias-primas baratas, destinadas às agroindústrias do denominado Primeiro Mundo que as beneficiavam, incrementando seu valor, como para aumentar a produção de maquinário e insumos químicos desses países ricos que vendiam para os países pobres. (GÓMEZ, 2006, p. 185)



Foi a partir dessa revolução que surgiram as técnicas agroquímicas, as máquinas e a forma de produção convencional que inauguraram a agricultura moderna. Foram essas técnicas que possibilitaram que a produção pudesse se dar de forma intensiva e monocultora, produzindo uma só espécie em extensas áreas, repondo artificialmente os nutrientes necessários para as plantas e lidando com as pragas com toxinas. Essas técnicas permanecem evoluindo, e seus avanços passaram a ser genéticos, surgindo os OGMs.

Essa é a lógica da produção do território hegemônico. Quem deseja deixá-lo e se aventurar só o fará a custos das penas estabelecidas. As pragas são apenas um alerta, um lembrete de que deixar esse território vai ser custoso.

[...] esse discurso normatizador da Revolução Verde trata de abolir qualquer atividade que se situe à margem da economia de mercado, não só desprezando, mas também combatendo, como uma heresia, as atividades de subsistência, de reciprocidade, de intercâmbio e de solidariedade existentes em boa parte do meio rural dos países pobres e que resultam cruciais para as estratégias de sobrevivência de suas populações. (GÓMEZ, 2006, p. 187)

E como outra ideia que parece também pertencer a esse território hegemônico é de concorrência, de competição (por isso existe um sinal de interrogação à frente de conselhos), impossibilitando a união. Se aventurar seria, assim, o sinônimo de solidão.

Torna-se clara essa ideia, já que o mesmo produtor que nos aconselhou nos alertou, não perdeu tempo ao atravessar a venda das safras de milho, sabendo da informação do comprador por nós, logo



correu para que comercializasse o mais rápido possível, antes de nós. Outro exemplo que caracteriza bem essa história foi me contando por uma amiga, que em diversas feiras de venda de café que ela participou era evidente uma união estabelecida entre os produtores dos mais diversos países que ali se encontravam, menos dos produtores brasileiros, que concorriam no preço uns com outros não se importando de “roubaram” os clientes que estavam fechando negócio com outro produtor. A competição desconhece a associação, a união, se tornando incapaz de acreditar que seriam possíveis resultados melhores que aquele que obtém sozinho.

A lógica da competição faz parte de uma estratégia mais ampla que fragmenta os discursos e dispersa os atores sociais que disputam espaços entre si. Ela faz parte de um conceito que Pierre Bourdieu (1989) chama de violência simbólica. Para ele, o conceito descreve o processo pelo qual a classe que domina economicamente impõe sua cultura aos dominados. Bourdieu parte do princípio de que a cultura, ou o sistema simbólico, é arbitrária, uma vez que não se assenta numa realidade natural. Ela é construída a partir dos conflitos sociais e contribui para a domesticação dos dominados, pois o poder simbólico é um poder invisível que só pode ser exercido com a cumplicidade dos que estão sujeitos a ele, mas ao mesmo tempo não sabem desta sujeição, ou não sabem até que a exercem. O que está em jogo, portanto, é o monopólio da violência simbólica. A capacidade de impor a apreensão da ordem estabelecida como natural, ignorada como arbitrária.



Esta violência simbólica se expressa na imposição "legítima" e dissimulada, com a interiorização da cultura dominante, reproduzindo as relações do mundo do trabalho. O dominado não se opõe ao seu opressor, já que não se percebe como vítima deste processo: ao contrário, o oprimido considera sua situação natural e inevitável. Neste sentido, utilizar os "defensivos agrícolas" é algo "natural", e a possibilidade de pensar diferente e agir de outra forma soa como algo "antinatural". A violência simbólica está tão internalizada e naturalizada que pensar de outra forma aparece no jogo de forças cotidiano quase como uma burrice, teimosia ou aberração.

Ao se aventurar por outro discurso, que atua de forma contra hegemônica, o sujeito produz uma desterritorialização e, conseqüentemente, uma reterritorialização. Como explicam Guattari e Rolnik:

O território pode se desterritorializar, isto é, abrir-se, engajar-se em linhas de fuga e até sair de seu curso e se destruir. A espécie humana está mergulhada num imenso movimento de desterritorialização, no sentido de seus territórios "originais" se desfazem ininterruptamente com a divisão social do trabalho, com a ação dos deuses universais que ultrapassam os quadros da tribo e da etnia [...]. A reterritorialização consistirá numa tentativa de recomposição de um território engajado num processo desterritorializante. (1996, p. 323)

Tanto a atitude da família do autor quanto as desses três sujeitos são referentes aos territórios que habitam, territórios subjetivos no sentido desenvolvido por Deleuze e Guattari, mas que também constroem e são construídos pelo uso do espaço físico na terra, na produção ou pelo modo como cultivam suas lavouras. Quando



invocamos a história da AAOF é para mostrar o quanto desterritorializados os produtores tiveram que se tornar para que pudessem manter a produção da forma como acreditavam, saindo inclusive do espaço que tinham no mercadão de Ouro Fino/MG em busca de novos territórios na cidade de Campinas/SP, reterritorializando-se. Já meu pai, que não tinha a renda dependente do comércio dos produtos, sua desterritorialização se findou transformando suas crenças quanto às formas de se produzir. A AAOF já é um exemplo de reterritorialização, o lugar onde novos territórios emergiram acolhendo todos os desterritorializados da produção convencional, criando um novo território existencial na articulação entre os diversos responsáveis para que pudesse se tornar possível.

Já a respeito dos três fragmentos percebemos que a desterritorialização é desestimulada, é necessário que o discurso hegemônico se perpetue e mantenha o modo convencional de pensar. Existe uma grande indústria que se beneficia desses modos de produção, seja criando os produtos a serem utilizados ou delimitando o valor de compra e assim podendo prever seus lucros em cima de um gasto fixo. Se mantiver da forma como o discurso está estabelecido cria uma zona de segurança, de regularidade, eliminando ao máximo as adversidades, garantindo a produção e reduzindo os esforços físicos. E essa manutenção que aparece como natural é apenas a forma como a violência simbólica se manifesta.

Sem perceber, os agricultores repetem os processos de produção e os discursos, sem se questionarem não operam a partir da mudança, não há desterritorialização, permanecem em seus territórios. Ano após ano, repetem seus modos de produzir, certos de suas produções,



calculam seus custos a partir do mercado futuro (previsão dos preços), e assim contabilizam seus lucros, seus investimentos. Quem não quer poder ter essa certeza, sabendo que o limite entre a sorte e o revés é a natureza? A selvagem natureza quando domesticada gera uma satisfação, é como levantar as paredes de uma casa e se proteger. Mas se protegem do que? Nenhum perigo é dado de véspera, assim como nenhuma certeza também. Mas acham tolos, hereges, fadados a ficarem sozinhos com todas as pragas, os que não seguirem o caminho “desterritorializante”, estrangeiro a eles, mas já espaço reterritorializado por outros, como o caso de minha família, da AAOF. O discurso hegemônico, portanto, aparece como uma forma de violência simbólica que é reproduzida pelos próprios sujeitos que são prejudicados por essa lógica.

Em Guattari (1985, p. 110) vemos que se fabricam, de certo modo, a partir de todas as funções de Estado, para-estatais ou assimiladas, o espaço, tornando liso o território.

As cidades se instauram como espécies de gânglios de uma rede de fluxos que vão estar cobrindo um espaço. [...] a cidade não só tem uma função econômica num espaço social, mas o conjunto das grandes cidades funcionam umas em relação às outras de maneira que daria para datar a emergência da cidade capitalista pela emergência [...] (da) cidade-mundo. É exatamente nesse momento que se dá essa inversão circunscrição urbana/equipamentos coletivos (p. 111)

O espaço liso é um espaço desterritorializado que perde sua circunscrição ou delimitação feita por emblemas étnicos e religiosos, e inventam um novo tipo de espaço (GUATTARI, 1985). E voltarmos 500 anos atrás verificamos como o território brasileiro se tornava liso.



Florestas iam abaixo, junto com os povos que as habitavam, não era só o ambiente que se modificava transformando em clareiras (espaço liso) onde haviam árvores, era junto com a lógica mercantil que olhava o novo continente a partir de suas riquezas comerciáveis (ouro, madeira, etc.) excluindo o sistema de crenças e modos de relação que constituía o território habitado pelos povos originários. Negaram seus ritos, sua cultura, seus modos de viver, suas relações sagradas com a terra, definiram diversos povos diferentes com o mesmo nome, índios. Impuseram a religião e os modos de vida. Inclusive, Iracema, talvez o nome indígena mais conhecido, é apenas um anagrama de América, o novo continente. Assim transformaram um território pluricultural em monocultural. O território estriado se torna liso, geograficamente, cultural e subjetivamente.

Se, observamos a monocultura, modo de produção habitual da agricultura convencional, vemos o exemplo desse espaço liso emergir aos olhos. Ela transforma um espaço heterogêneo, onde se aconteciam produções poli culturais, com interação entre espécies de plantas e animais, assim como eram pequenos os espaços da vizinhança e outros produtores também produziam possibilitando ainda mais a heterogeneidade de culturas agrícolas e relações sociais, era um espaço estriado. A monocultura já permite que longas faixas de terras possam produzir apenas uma determinada lavoura, faixas de terras que se estendem ao horizonte, sem pessoas, sem espécies, sem sociedades. Constroem-se dentro dos limites que demarcam uma cidade, um estado, um país, mas com plantas que não são, muitas vezes, sequer nativas da região. Inscrevem-se no meio de um país com cultura específica, mas dele nada compartilha nem manifesta e pouco a ele serve se não



contabilizarmos os impostos. É um território liso, homogêneo, que poderia ser em qualquer outro país e lugar que não seria nada diferente. E que servir, na maior parte das vezes, a interesses também de outros países, é também o espaço agrícola-mundo.

É também o território local que se torna global, como nos fala Santos (1998), e a globalização junto ao neoliberalismo, deixam liso o espaço, o território, e remontam o seu espaço, reorganizando-o. É nesse sentido que podemos observar as mudanças no formato da agricultura anterior à implementação das técnicas – implementadas sob os argumentos da incapacidade de se comercializar a grandes distâncias e também pela incapacidade de se produzir em larga escala a partir de um regime de monocultura e de todas as práticas tornadas convencionais – que tinha seus modus operandi definido de forma sazonal, cumprindo a demanda máxima que a região poderia atingir. Mas o local ao se tornar global, são necessárias outras formas de produção, afastando o agricultor da comunicação com a terra. Isso concretiza o estriamento do espaço, ou a reterritorialização, agora a partir das formas hegemônicas.

O que se trata aqui, tanto em Santos quanto na perspectiva Deleuze-Guattariana, é sobre quem ou o que se constrói nesses territórios e a quais interesses eles são destinados. Quando um território geográfico (SANTOS, 1998) deixa de ser delimitado pelo Estado-Nação e se torna um território transnacional, global, ele também pode ser pensado a partir do território subjetivo. Podemos dizer que este deixa de ser construído pelo sujeito, pela sua cultura, pelo contexto histórico-social no qual habita e se transforma a partir da construção da globalização. Porém essa globalização por mais que pareça possibilitar o encontro de todos os territórios, é somente sobre uma hegemonia



ocidental que ela se dá, operando sob as normas de um mercado neoliberal. É este que dita as normas sobre a produção de lucro capitalista.

Da mesma forma, o que surge na agricultura é a invenção das novas técnicas, que inventam um universo agropecuário e modificam a relação do agricultor com a agricultura, com a terra, com o “natural”. A produção se garante a partir das técnicas, garantia necessária para que se obtenha capital para uma nova produção, mas mais que isso, para a sobrevivência de sua família. De certa maneira o desenvolvimento das técnicas reduz o trabalho e aumenta o lucro para o produtor, mas é ingênuo pensar que isso beneficia o produtor. Ele só se constrói a partir do mercado dessas técnicas, pois o fato do alimento ser produzido segundo essas formas alimenta uma cadeia de produção das técnicas, um mercado de desenvolvimento de sementes, agroquímicos, máquinas e etc. essa lógica mantém o capital agrícola funcionando, assim como toda a rede que dele se beneficia.

### **Produção e reprodução dos territórios**

Os conceitos de território a partir de Santos e de Deleuze-Guattari não são articulados de forma arbitrária. Assim como lembra Santos à maneira daquela célebre frase de Winston Churchill: “Primeiro fazemos nossas casas, depois nossas casas nos fazem” (2007, p. 14). Eliminando a temporalidade existente nessa frase, mas ressaltando a mútua determinação, os territórios são construídos juntos, no espaço-tempo sociocultural, onde as forças produtoras de subjetividade são capazes de agir e, portanto, modificam-se mutuamente.



Ao se tratar da terra que se cultiva, o território agrícola pode ser transformado assumindo qualquer forma que se dê a ele, qualquer forma que se deseje cultivar, desde que existam técnicas capazes para isso, mas o que se põe no caminho para uma produção orgânica não são as pragas em si, mas uma subjetividade que constrange essas mudanças. É uma subjetividade capitalista. Assim como Guattari descreve sobre os problemas enfrentados pelos arquitetos no que diz respeito a cidade, podemos enfrentar as mesmas questões na agricultura:

O que é importante ressaltar é que essa inversão da relação entre equipamentos coletivos e circunscrição urbana tem por dom recalcar completamente os territórios individuais, desencantar as relações urbanas [...] E é algo que é preciso situar em grande escala, a afirmação da subjetividade. E os arquitetos e urbanistas se dão conta disso da mesma forma que se dão conta do constrangimento de territórios. O mesmo tipo de problema se coloca, para um arquiteto ou urbanista ao lidar com um espaço onde há uma montanha ou um rio. Imagine-se, então, que para conceber o seu projeto o arquiteto encontra também, além de rios e montanhas, outros tipos de constrangimentos. Constrangimentos talvez menos visíveis mas apesar de tudo, por isso mesmo, mais violentos ainda que os visíveis como a montanha. São os constrangimentos das curvas da subjetividade capitalistas. Como as curvas de uma montanhas são pregas da subjetividade capitalística. Então quando a gente vai ao arquiteto e pede para que ele use o melhor de seu talento e recrie uma função de charme, de solução, de calor, talvez essa tarefa não seja impossível mas já se tornou bem difícil. [...] É obvio que essa máquina de subjetivação não pode absolutamente se reproduzir no contexto de subjetivação capitalística. (GUATTARI, 1985, p. 111-112)



O modo que o capitalismo encontra para operar no território físico, inacessível a ele, como o ambiente interno de casas, fazendas, modos de produção autônomos é a partir da construção de territórios subjetivos, ou operando neles. Assim produz uma subjetividade que é levada para dentro dos lugares mais íntimos da vivência: o lar, a família, o trabalho entre outros. E com o capitalismo agindo sobre um desses territórios, modifica o outro a sua mesma maneira.

A ação do capital se dá em termos objetivos pela imposição da sua lógica no mercado, mas em termos subjetivos ela acontece por meio da ideologia, pois é ela que faz com que os pontos de vista, os valores, as opiniões e o pensamento da classe dominante se transformem nos valores de todas as classes e de toda a sociedade. A ideologia nos faz pensar que o nosso mundo é justo, que ele é a única possibilidade, que nele não há conflito ou possibilidade de mudanças. A ideologia dominante sempre desqualifica as reivindicações dos que não se deixam dominar.

Segundo Marilena Chauí (1999), a ideologia reproduz ideias, atitudes, pontos de vista, visões de mundo, opiniões, valores, modos de pensar e padrões de comportamento de uma das classes sociais (a classe dominante) que se tornam oficiais e são reproduzidos por toda a sociedade. Sua função é dissimular as divisões sociais e ocultar os conflitos, pois desta forma somos levados a crer que as desigualdades econômicas, sociais e políticas não são produzidas pela divisão social das classes, mas são diferenças naturais. A Ideologia oculta a origem da exploração, esconde a forma como se dão as relações de produção,



dissimula a presença do conflito entre as classes, nega as desigualdades sociais e cria uma imagem ilusória da realidade

É no território físico que vemos o capitalismo se manifestar, mas é em um território ligado à subjetividade que ele passa a agir. O processo de criação de uma subjetividade, ou uma ideologia – que não só valida um modo de produção, mas o dissemina como regra para todos os hereges sob a ameaça da destruição de suas lavouras por pragas – se dá em um território que não está diretamente ligado ao solo, não é físico e nem visível, mas o território como sinônimo de apropriação, ou seja, de uma subjetivação que se fecha sobre si mesma. O capital é exemplo desse território que se impõe à subjetividade humana, no caso o agricultor, criando toda uma “série de investimentos, nos tempos e nos espaços sociais, culturais, estéticos, cognitivos” (GUATTARI e ROLNIK, 1996, p. 323).

O que vemos é uma relação de apropriação de discursos repressivos e limitantes no próprio assujeitamento e um movimento de criação outra. É nessa dualidade que o sujeito está submetido, que o socius está submetido, nessa luta de contrários, onde, no primeiro caso o sujeito se submete à subjetividade assim como a recebe. Esse processo é percebido no discurso sobre as pragas. Propagam o discurso assim como eles recebem e espalham sem que se faça a ressingularização para a sua realidade. Se fecha em blocos que assumem a mesma postura perante situações diversas. Visam o lucro à sua propriedade, ao seu território, mas o oferece a serviço de uma subjetividade capitalista que se impõe de



diversas maneiras no seu território subjetivo, e que de forma perversa, o mantém sob o controle de tais leis.

O entendimento de que a sociedade não resulta de um aglomerado de subjetividades, mas que as subjetividades são resultados de forças maiores, determinações coletivas de várias espécies, sociais, econômicas, tecnológicas, ideológicas, etc. O Agricultor está submetido a essas forças, onde todos à sua volta estão utilizando de tal meio para se produzir. O coletivo rural opera desse modo, compartilham trabalhadores que assim agem também como mensageiro que opera em todos os meios reproduzindo suas formas de trabalhar. Ou funcionam a partir da ciência proferida por saberes científico a partir de engenheiros agrônomos. A tecnologia é, então, amplamente utilizada como modo de poupar o esforço e aumentar (ou garantir) o lucro. Os territórios, subjetivos e geográficos, se transformam mutuamente, operando em benefício de quem os constroem, ou seja, da lógica hegemônica do neoliberalismo, mesmo ao custo do meio ambiente ou da saúde dos trabalhadores e dos consumidores.

## **CONCLUSÃO**

O capitalismo como agente externo inventa o território agropecuário, o separando ao máximo dos inconvenientes possíveis e atribuindo a ele a função única da obtenção do máximo lucro com o mínimo esforço, aos moldes da mais-valia. É necessário para o produtor garantir esse lucro na produção, assim como o mercado regulamentado garante aos compradores o cálculo preciso do lucro que obterão a partir



da revenda, beneficiamento, utilização desse produto primário. Surge um paradoxo; quanto mais o produtor produz e vende, mais aumenta a mais-valia do comprador em relação a ele. O produtor assume a forma de um operário, que produz, mas sem qualquer vínculo empregatício, produtos primários para o atravessador, para a indústria, seja lá quem ou o que for. O produtor também é o consumidor exclusivo das técnicas desenvolvidas, os saberes do agrônomo se comportam como marketing. Mas é abaixo nessa hierarquia, e sob submissão de todas essas relações, que se encontra o ambiente, que sofre as mazelas das extrações a qualquer custo, e se torna liso, sem qualquer relação ecológica que pudesse existir. Sem pássaros, animais, diversidade de plantas.

E a cada dia surgem mais técnicas e tecnologias para o campo que reinventam a relação do ser humano com o meio, com a produção rural. Que se transforma em submissão do meio ao sujeito, por mais ilusória que se possa parecer, o que era interação, harmonia. A cada técnica que surge equivale a um novo modo de interação do ser humano com o ambiente. Guattari e Rolnik (1996) explicam essa relação a partir do uso do Walkman, novidade na década de 1980, transformando o que era até então natural para a música, que era vir do exterior, uma prática compartilhada, em práticas individuais a partir dos fones de ouvido, agora ela soa como algo vindo do interior, e assim “inventar um universo musical, uma outra relação com os objetos musicais” (p. 32). O que era natural para a produção rural, policultura, descanso da terra, adubação orgânica, pequenas áreas cultivadas, interação entre plantas e animais,



etc. se transforma em monocultura, sem descanso, adubação química, confinamento de animais, utilização de agrotóxicos, etc.

O papel dos agentes químicos (agrotóxicos e fertilizantes) reinventa a relação do agricultor com a terra, equivale a implementar uma espécie de reterritorialização da produção, um novo modo de interagir com a agricultura. Esses agentes químicos tornam possível que a produção convencional continue naquele mesmo espaço eliminando os inconvenientes que poderiam surgir, já que a prática da monocultura é mais propensa ao ataque de pragas e leva a escassez dos nutrientes da terra, substituindo os períodos de descanso da terra e a prática de rotação de cultura, estratégias comuns que renovam esses nutrientes, pela suplementação com os novos produtos químicos desenvolvidos. Martins (2009, p. 86) relata que foram esses motivos que fizeram as produções de café se deslocarem em busca de novas terras, pois já não sendo mais possível a produção naquele espaço, por esgotar os recursos e nutrientes da terra devido ao modo predatório que se produzia, era necessária a busca por novos territórios. Acreditavam que as terras eram infinitas. Deixando solos inférteis para trás. Hoje o capital reterritorializa o mesmo espaço a partir da produção de técnicas químicas que possibilitam a permanência e a produção naquele mesmo ambiente e nos mesmos moldes que consiste em extrair o máximo possível que a terra e as técnicas podem possibilitar.

Podemos ver o discurso aparente que determina a utilização de agrotóxicos. É uma regra imposta por todos e a todos. Sair dessa lógica se torna loucura, frescura ou ignorância. Por não conhecerem a forma



como opera o capitalismo, estão sujeitos a receberem os territórios de pronto, a operarem no território de modo a aplicar o modelo criado externamente. “A subjetividade está em circulação nos conjuntos sociais de diferentes tamanhos: ela é essencialmente social, e assumida e vivida por indivíduos em suas existências particulares” (GUATTARI e ROLNIK, 1996, p. 33).

Percebemos então que é nessa forma dupla que opera o capitalismo: ele cria normas para a produção e comercialização mercadológica produzindo o território, selecionando cada espaço o que deve ser destinado a produzir, ao mesmo tempo em que produz a subjetividade, o território subjetivo, ditando as normas de como deve ser realizada a produção e a que ela se destina.

O capitalismo também se desterritorializa, essa é sua grande força. Deixar de produzir de forma convencional não implica em deixar de seguir o modelo hegemônico, já que esse modelo pode (e faz) se expandir até absorver esses hereges. Desterritorializar é sempre um processo contínuo, tanto para o sujeito, como também para o capital.

As pragas irão todas para sua lavoura é uma ordem (do capital) um conselho (ao herege) e um medo (do produtor). Criam territórios existenciais e modificam o território onde se localizam geograficamente. A ordem, o medo, o conselho e outros tantos discursos que podem emergir sobre o campo agropecuário produzem a subjetividade capitalista que se incorporam nos sujeitos, que por sua vez, são quem constrói o território físico. Pensar a agropecuária a partir de uma epistemologia, de um acontecimento, a partir da relação entre os



territórios existenciais próprios da subjetividade humana e o território habitável, onde as relações humanas e com o ambiente acontecem nos levantam mais pontos a serem investigados do que se pode responder em um artigo.

Coletar mais histórias de vida que estejam relacionadas com essa prática é necessário para continuar construindo esse mosaico científico que no cruzamento com diversos saberes que poderão trazer luzes sobre a relação entre os territórios a saber. Compreender os territórios, a desterritorialização e reterritorialização como processo contínuo, aplicável tanto ao sujeito, ao ambiente e ao capital nos dará mais informações sobre como interagir nos tempos atuais a fim de diminuir os danos provocados à natureza, à sociedade e ao sujeito pelos modos predatórios com os quais o capital opera.

Da forma como acontece, a ideologia da produção que apresenta práticas de contaminação de solos, da água, do ar, esgotando, assim, os recursos naturais, que podem levar a graves consequências como já vem sendo observado a respeito do desaparecimento de abelhas, desertificação do solo que se apresenta incapaz de produzir sem que seja acrescentado nutrientes artificiais (ou através de um longo trabalho de recuperação). A ressonância da ideologia do mercado pelas as diversas subjetividades ligadas ao campo trazem aos produtores o medo da produção a partir de outras lógicas que não possuem a mesma garantia de produção que a lógica convencional. O medo de não conseguirem arcar com os custos da produção e de que venha a praga do prejuízo impossibilita uma racionalização que vise práticas sustentáveis da



agricultura. Dificultam mas não impossibilitam, pois, conforme o exemplo da família do autor e da AAOF, existe uma maneira de se desterritorializar da produção convencional e optar por modos agroecológicos e sustentáveis de produção.

É preciso perceber que o discurso, seja ele em tom de ameaça, conselho ou consultoria, é uma arma a serviço do capital, mas ele também pode ser contra hegemônico, mesmo que pareça ingênuo, inadequado ou deslocado. Segundo Eni Orlandi (2003), não existe discurso sem sujeito, sem história e sem ideologia, pois todo discurso está impregnado daquilo que o constitui. Ao falar, o sujeito revela seus interesses, mesmo que o sujeito que profere o discurso não perceba que está em jogo e que ele está sendo utilizado e iludido. O jogo ideológico operado pelas empresas transnacionais do setor de alimentos, medicamentos e do agronegócio agem, portanto, de forma dissimulada, produzindo discursos ideológicos que se voltam contra os próprios atores sociais que acreditam nele. A violência está justamente no fato deste discurso se apresentar como o mais coerente, racional e verdadeiro, quando na verdade ele é o oposto de tudo isso.



## REFERÊNCIAS

- BECKER, H. S. **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Hucitec, 1994.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.
- CHAUÏ, M. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 1999.
- DELEUZE, G. **O abecedário de Gilles Deleuze: uma realização de Pierre-André Boutang**. Paris: produzido pelas Éditions Montparnesse, 1988-1989.
- DEMATTEIS, G. **Geografia Democrática, território e desenvolvimento local**. Formação, v. 2, n. 12, p. 11-26, 2005.
- FARIA, N. M. X. et al. Trabalho rural e intoxicações por agrotóxico. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, set-out 2004. 1298-1308.
- FOUCAULT, M. **Dits et écrits - 1954 - 1988** Tome I (1954-69). Paris: Gallimard, 1994.
- GÓMEZ, J. R. M. **Desenvolvimento em (des)construção: narrativas escalares sobre desenvolvimento territorial rural**. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade. Presidente Prudente, p. 438. 2006.
- GUATTARI, F. Espaço e poder: a criação de territórios na cidade. **Espaço & Debates: revista de Estudos Regionais e Urbanos**, São Paulo, v. 5, n. 16, p. 109-120, 1985.
- GUATTARI, F; ROLNIK, S. **Micropolítica: cartografias do desejo**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- LÉRY, J. D. **Viagem à terra do Brasil**. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1961.
- MARTINS, A. L. **História do Café**. São Paulo: Contexto, 2009.
- ORLANDI, E. P. **Análise do discurso: Princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2003.
- SANTOS, M. O retorno do território. In: SANTOS, M.; SOUZA, M. A. A. D.; SILVEIRA, M. L. (.). **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: Hucitec, 1998. p. 15-20.
- \_\_\_\_\_. O dinheiro e o território. In: SANTOS, M.; BECKER, B. K.; AL, E. **Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. p. 13-21.



SOARES, D. F.; FARIA, A. M.; ROSA, A. H. **Análise de risco de contaminação de águas subterrâneas por resíduos de agrotóxicos no município de Campo Novo do Parecis (MT)**, Brasil. Engenharia Sanitária e Ambiental, [online], v. 22, n. 2, p. 277-284, 2017.

SOARES, W. L. **Uso dos agrotóxicos e seus impactos à saúde e ao ambiente: uma avaliação integrada entre a economia, a saúde pública, a ecologia e a agricultura.** Tese (Doutorado) – Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca. Rio de Janeiro, p. 150. 2010.

SOARES, W. L.; ALMEIDA, R. M. V. R.; MORO, S. Trabalho rural e fatores de risco associados ao regime de uso de agrotóxico em Minas Gerais, Brail. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, 1117-1127 jul-ago 2003.



# CAPÍTULO II

*“Pequenos agricultores e práticas culturais na agricultura”*





# PROTAGONISMO DE PRODUTORES E CONSUMIDORES NA CONSTRUÇÃO DE MERCADOS ALIMENTARES SUSTENTÁVEIS

MATTE, ALESSANDRA  
PREISS, POTIRA VIEGAS

## INTRODUÇÃO

O cenário atual do sistema alimentar é marcadamente dominado por grandes corporações, estruturado em longas cadeias de distribuição e alimentado por meio de um processo de produção intensivo e verticalizado que tem sido altamente criticado nas últimas décadas em vista dos impactos sociais e ambientais negativos gerados. As contradições do setor agroalimentar global e o reconhecimento da concentração da localização da população em centros urbanos, mostraram-se como desafios para o planejamento de ações que visem à promoção do desenvolvimento rural e de formas de abastecimento que possam oferecer o acesso a dietas que compreendam uma alimentação adequada e saudável (MALUF et al., 2015; CRUZ; MATTE; SCHNEIDER, 2016). Mais que isso, emerge reflexões sobre a sustentabilidade desse sistema alimentar e a localização das formas familiares de produção nesse processo, uma vez que se ocupam da produção de alimentos e representam boa parcela do número de estabelecimentos rurais no Brasil. Os efeitos desse cenário atingem toda a cadeia de suprimentos. Por um lado, agricultores familiares com dificuldade ou sem interesse em se alinhar a essas dinâmicas de produção ao modelo predominante acabam encontrando entraves ao acessar canais de comercialização convencionais.



Por outro lado, os consumidores também são prejudicados, na medida em que possuem pouca opção de escolha ao receberem principalmente alimentos altamente processados, com alto valor energético, porém nutricionalmente pobres. Assim, uma questão-chave aqui é o hiato que se abre entre produtores e consumidores.

Por isso, o distanciamento entre produtores e consumidores, reflexo de uma cadeia, que, cada vez mais, afasta a identidade do produto do consumidor, deriva de processo articulado por conjunto de intermediários e grandes corporações alimentares, resultando no afunilamento e no distanciamento das relações sociais entre os atores que estão na ponta da cadeia. Assim, há, entre os espaços de produção e consumo, um distanciamento não só geográfico, mas também sociocultural, o que leva os alimentos a serem desnaturalizados, perdendo suas características originais (ecológicas e nutricionais) e seus vínculos sociais.

Conjunto de iniciativas vem emergindo, de diferentes contextos, com propósito de constituir formas de abastecimento, a exemplo dos casos apresentados por Roep e Wiskerke (2006), para diferentes países na União Européia, e por Cruz, Matte e Schneider (2016), para a realidade brasileira. Ambas as obras reúnem relatos de experiências bem sucedidas, mostrando o conjunto de atores envolvidos e como pode ocorrer a coexistência de formas de comercialização. De modo geral, algumas iniciativas derivam de agências de governo que, por meio de políticas públicas ou projetos específicos, tentam fomentar processos de desenvolvimento local. Outras partem da sociedade civil organizada, que,



interessada na construção de relações sociais mais qualitativas e solidárias, se mobilizam para construir processos particulares em meio a atual realidade. Em anos recentes, o interesse em materializar diferentes formas de produção e consumo alimentar, por meio da aproximação entre agricultores e consumidores em dinâmicas diversificadas de comercialização e abastecimento de produtos diferenciados, tais como: alimentos de origem local, agroecológicos, artesanais e culturalmente enraizados, vem ganhando força.

Nesse sentido, a articulação de acordos específicos para resolver necessidades organizacionais, acaba por influenciar a produção, o produto final e a maneira como este chega aos consumidores. Esses arranjos, de maneira geral, acontecem por meio da criação de redes de parceria e de colaboração que acabam por constituir mercados específicos. Assim, este capítulo tem como objetivo analisar duas iniciativas de construção de mercados, compreendendo em que medida essas redes têm contribuído para a autonomia de agricultores e pecuaristas familiares e na construção de mercados alimentares mais sustentáveis.

Ao considerar o mercado de produtos diferenciados, alimentos de origem local, agroecológico, artesanais e culturalmente enraizados, a agricultura e a pecuária familiar têm se destacado em anos recentes por apresentarem iniciativas heterogêneas e inovadoras tanto na produção, como no consumo. Os dados e análises aqui apresentados e discutidos derivam do recorte de pesquisas maiores que culminaram em duas teses, defendidas em 2017, no Programa de Pós-Graduação em



Desenvolvimento Rural (PGDR), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), desenvolvidas por Matte (2017) e Preiss (2017). Os casos apresentados são a rede de produtores do Alto Camaquã (REAC), no sul do Rio Grande do Sul, e a Associação de Integração Campo e Cidade (MICC), na capital do estado de São Paulo. Além de demonstrar o protagonismo dos atores na construção de mercados, as iniciativas apresentam potencial alternativo à lógica homogeneizadora do desenvolvimento ao priorizar princípios de produção sustentável para os produtos comercializados.

Para tanto, o capítulo inicia com uma breve contextualização da literatura sobre construção social dos mercados, buscando contribuições na Nova Sociologia Econômica (NSE) para compreender essas formas de organização econômica. Para cada caso, é apresentada uma sessão específica delineando sua origem, dinâmica de funcionamento, bem como seus principais diferenciais e desafios enfrentados frente aos mercados. Os resultados de ambos os casos são colocados em diálogo em uma sessão dedicada à análise e discussão com a literatura. Por fim, são tecidas algumas considerações finais.

## **A CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS: a importância das redes sociais**

O desenvolvimento do capitalismo moderno pode ser visto como um processo de expansão dos mercados como mecanismo para a produção e distribuição de bens e serviços, o que não significa que eles sejam os únicos instrumentos que regulam os processos econômicos em economias capitalistas (BECKERT, 2007; 2009). A radicalização do



capitalismo pretende a existência da economia pura, de uma economia per se (por si só), se justificando e existindo para o lucro. Isso torna a sociedade altamente instável, gerando o risco da anomia social e da desintegração das sociedades, pois nenhuma sociedade poderá sustentar-se dessa forma por muito tempo.

Conforme Polanyi (1980), a regulamentação do mercado passa a se dar pela sociedade e não mais pela economia. O autor argumenta que a ação econômica nas sociedades tradicionais ficou totalmente enraizada na conduta social, enquanto a sociedade moderna caracteriza-se pelo fenômeno de desenraizamento. Assim, a construção de novos mercados não ocorre em um vazio social, ela se dá por meio de relações entre distintos atores que possuem algum vínculo ou proximidade com o local/território. A ideia de Polanyi sobre o enraizamento (embeddedness) da economia contribuiu substancialmente para os estudos da NSE, que surge em anos recentes. Nessa abordagem, a obra de Polanyi é retomada como referencial para auxiliar na compreensão de fatores não econômicos que podem explicar a ação dos indivíduos nas relações de troca.

A NSE apresenta como novidade a explicação do funcionamento dos mercados por meio da abordagem de redes sociais, permitindo um resgate da dinâmica social da vida econômica. Ela surge com maior intensidade a partir dos anos 1970, com Mark Granovetter, por meio de sua tese de doutorado, intitulada *Getting a Job*. O trabalho foi inspirado na obra “A Grande Transformação” de Karl Polanyi, da escola “substantivista” da antropologia, e da ideia de “economia moral”, a qual



explora as dinâmicas de mercado enquanto extrapolações de redes sociais. Enquanto inspirador da NSE, Polany argumenta que em todas as sociedades a esfera econômica foi claramente delimitada pelas regras e costumes da organização social (WILKINSON, 2008).

Assim, a NSE procura compreender a construção dos mercados tendo por pressuposto orientador a “necessidade de elementos pré-contratuais em contratos” (LIE, 1997, p. 349). A abordagem sociológica de Granovetter complementa a evolução em torno da Teoria Econômica ao reconhecer maior autonomia aos atores e organizações, ou seja, estes fornecem bases que podem explicar a dinâmica econômica (WILKINSON, 2008). Nesse contexto, a noção de enraizamento é colocada sob um olhar crítico, afirmando que nem a economia tradicional é totalmente desprovida de cálculo, nem a economia moderna é isenta de ingerência social (WILKINSON, 2008).

Desse modo, para entender a interação entre ação econômica e ação social, faremos uso da teoria do “enraizamento social” (embeddedness) de Granovetter. O pressuposto base da abordagem é que as redes sociais (construídas sobre laços de parentesco ou amizade, confiança ou boa vontade) sustentam as relações econômicas e instituições. Assim, os fenômenos econômicos são explicados por meio de referências e variáveis sociológicas (LIE, 1997; GRANOVETTER, 2009; MIZRUCHI, 2009). O enraizamento enfatiza o papel das relações pessoais concretas e as estruturas (ou “redes”) dessas relações. Para Granovetter (2009) o homem sempre elaborou (em graus distintos) os seus cálculos econômicos a partir da sua inserção social.



Granovetter tomou a natureza dessas redes sociais e a posição do ator nessas redes como ponto de partida para a análise da vida econômica. Assim, o autor direcionou o olhar para a relação entre redes sociais e o surgimento de distintos tipos de mercados, compreendendo o *embeddedness* como a mediação do econômico pelo social. Portanto, o autor afirma que as redes sociais influenciam a organização dos mercados e o próprio comportamento econômico.

As relações em uma rede não são baseadas em um contrato, no sentido estrito do termo. A ação surge e toma forma sem ser previamente determinada por um compromisso contratual (EYMARD-DUVERNAY, 2002). A principal qualidade dessa abordagem é sua capacidade em dar conta da heterogeneidade de atores envolvidos (WILKINSON, 2008).

Por sua vez, Steiner (2006, p. 75) argumenta que “os mercados são resultado de um arranjo espontâneo de agentes econômicos que procuram otimizar as formas de suas transações mercantis”. Essa forma de abordagem dos mercados, também vem sendo utilizada nos estudos de formação de marcas de qualidade, do reconhecimento do local, na valorização da relação entre produtor e consumidor e nas regras que reconhecem os atributos de um produto que não seria identificado em um mercado aos moldes da economia clássica.

A construção social dos mercados implica que estes sejam definidos de acordo com “as vontades, poderes, disputas, conhecimentos e recursos que os atores sociais e grupos possuem em seus processos de interação social” (GAZZOLA; PELEGRINI, 2010, p. 6). Steiner (2006,



p. 37) prefere chamar de um “mercado de encontro”, no sentido de que as interações concretas, os ajustamentos, as relações de troca entre os indivíduos estão no centro. Portanto, a descrição de qualquer mercado envolve a identificação das mediações sociais e das formas de articulação que dão vida a essa estrutura.

Em suma, são cada vez mais importantes as correntes do pensamento econômico contemporâneo que concebem a economia a partir de sua inserção social e não com base na natureza dos mecanismos estáticos das transações econômicas (LIE, 1997). Contribuem ainda com a abordagem do enraizamento social discussões em torno do conceito de ação social, ou também denominado conceito de habilidade social, em que agentes da estrutura e os atores envolvidos em uma cadeia curta, por exemplo, representam importantes elementos para uma análise holística. Para esclarecer, a habilidade social refere-se à capacidade dos atores em induzir a cooperação de outros, envolvendo a habilidade de motivar os demais atores a tomarem parte de uma ação coletiva, sendo “crucial para a construção e reprodução de ordens sociais locais” (FLINSTEIN, 2009, p. 71). Ao observar de modo mais detalhado, fica evidente que a compreensão desse conceito influencia diretamente sobre a análise da construção social de mercados de cadeias curtas, pois a interação social entre os atores reflete sobre a construção de identidades coletivas como motivação para a ação coletiva (WILKINSON, 2008; FLINSTEIN, 2009).

Desse modo, os mercados são fruto de relações sociais e da formação de redes, associadas à confiança, ao local/território e ao



enraizamento, em que a qualidade vem permear os processos alinhados com as cadeias alimentares. Sobretudo, cada vez mais, os consumidores têm representado um importante papel na consolidação desses mercados, o que nos despertou interesse de analisar o caso de duas redes de alimentos, uma no Rio Grande do Sul e outra em São Paulo, para verificar como estão funcionando e onde encontra-se o consumidor nesse processo.

A esse respeito, ao analisar o consumo sustentável, Portilho (2005, p. 8) reconhece que “consumir é participar de um cenário de disputas pelo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo”. Isso implica que consumidores e produtores podem avançar sobre os desafios ambientais, em busca de modos mais sustentáveis de produzir a partir de suas práticas. Ao dedicar atenção especial ao debate da sustentabilidade, Caporal e Costabeber (2004) e Altieri (2015) salientavam que a agricultura sustentável está mais relacionada a um processo que a um ponto final, uma vez que o que está em jogo é a valorização do conhecimento dos agricultores por meio do seu modo de produzir reconhecendo as potencialidades locais para uma agricultura de base sustentável. De modo geral, a contribuição dos autores para esse estudo permite reconhecer a múltiplas faces da sustentabilidade, visto que pensar práticas e processos de desenvolvimento rural sustentável implica em reconhecer as dimensões ecológica, econômica, social, cultural, política e ética. Ao propor que a produção e o consumo levem em conta essas dimensões, Caporal e Costabeber (2004, p. 118) conduzem a constatação de que é necessário refletir sobre formas de produção que



gerem “quantidades adequadas de alimentos de elevada qualidade biológica para toda a sociedade”. Portanto, o debate da sustentabilidade norteia este capítulo, leva em consideração as contribuições, especialmente, desses autores, na medida em que permite olhar para aspectos relativos à produção e ao consumo em diferentes sociedades.

## **MERCADOS DE REDES: O CASO DA REDE ALTO CAMAQUÃ E DO MOVIMENTO DE INTEGRAÇÃO CAMPO CIDADE**

Partindo do pressuposto que os mercados das formas familiares de produção são resultado de interações sociais, nesta seção apresentamos uma análise em torno de dois mercados que tem funcionado no formato de rede social. Os casos são da carne de cordeiro da Rede Alto Camaquã (REAC), ao sul do Rio Grande do Sul, e do Movimento de Integração Campo Cidade (MICC), na capital São Paulo.

### **Alto Camaquã: rede de pecuaristas familiares em torno da carne de cordeiro**

Fundada em setembro de 2009, a Associação para o Desenvolvimento Sustentável do Alto Camaquã (ADAC) compreende a integração de uma rede de atores em torno de um mesmo propósito, o desenvolvimento endógeno. O seu objetivo central é promover e viabilizar estratégias de desenvolvimento endógenas junto aos agentes sociais, econômicos e políticos do território Alto Camaquã (BORBA, 2016; MATTE et al., 2016). A Rede Alto Camaquã (REAC) configura-se como uma forma original de organização socioprodutiva em torno do



desenvolvimento territorial do Alto Camaquã, por meio da valorização dos recursos locais e da distinção de produtos e serviços.

Participam atualmente oito municípios do território compreendido pela bacia do Rio Camaquã – Bagé, Lavras Do Sul, Caçapava do Sul, Santana da Boa Vista, Piratini, Pinheiro Machado, Canguçu e Encruzilhada do Sul –, com um total de 24 associações comunitárias de pecuaristas familiares, que contam com mais de 500 famílias envolvidas, interligadas a uma rede que tem como parceiros diferentes organizações de ensino, pesquisa, extensão e sindicatos, entre órgãos municipais, estaduais e federais (MATTE et al., 2016).

Desde sua criação, a rede tem buscado desenvolver práticas e ações que colaboraram para modificar a compreensão dos atores sociais locais sobre seu modo de vida, identificando um conjunto de potencialidades que, convertidas em diferenciação dos produtos gerados no território, oportunizam a atribuição de novas formas de valor. Entre alguns desses aspectos de diferenciação, estão práticas de conservação ambiental, a riqueza histórica e cultural mantida pelas famílias, o modo de vida do pecuarista familiar, as beleza paisagísticas, conjunto de fatores que implicam em diferenciações próprias ao do território Alto Camaquã (BORBA, 2016; MATTE et al., 2017).

Importante destacar que a região possui mais de 70% de cobertura de vegetação natural, configurando-se como uma das áreas mais preservadas do Rio Grande do Sul. Isso significa que, o homem, por meio da atividade pecuária, tem desempenhando importante papel na conservação dessa paisagem, na medida em que permite a regeneração



das pastagens naturais do bioma em consonância com o desenvolvimento da atividade pecuária (Figura 1). Tais características, reconhecidas em vista do modo de vida dos pecuaristas familiares (RIBEIRO, 2009; MATTE, 2013; WAQUIL et al., 2016; NABINGER et al., 2016), vinculam atributos aos produtos dessa região, singularidade que passa a ser incorporada pela REAC como característica da marca.

**Figura 1**– Pecuarista familiar e a relação de confiança com os animais na localidade de Barroão, Pinheiro Machado/RS



Fonte: Alessandra Matte (2016).

Assim, os processos e ações da rede, desde sua constituição, têm buscado criar estratégias que possam promover a imagem do território Alto Camaquã e vincular essa imagem e seus atributos a produtos e serviços do lugar. Desse modo, a conservação do conjunto de elementos históricos, sociais, econômicos, como também os naturais e ecológicos,



principalmente por parte dos pecuaristas familiares, passou a ser o diferencial do território, por este gerar produtos de um valor socioambiental demandados mundialmente. Para atingir os objetivos propostos, ações pautadas na valorização do local, na conservação dos recursos naturais, na construção de conhecimentos e na organização social em forma de rede levaram a ADAC a reconhecer o diferencial de seus produtos, vindo a criar a marca coletiva Alto Camaquã. A marca Alto Camaquã é uma ferramenta de desenvolvimento territorial que, por meio de um processo de construção e valorização, prioriza o valor em detrimento do preço. Dessa forma, a rede almeja alcançar mercados especializados, que estejam dispostos a adquirir o diferencial do produto, controlando todas as etapas do mercado.

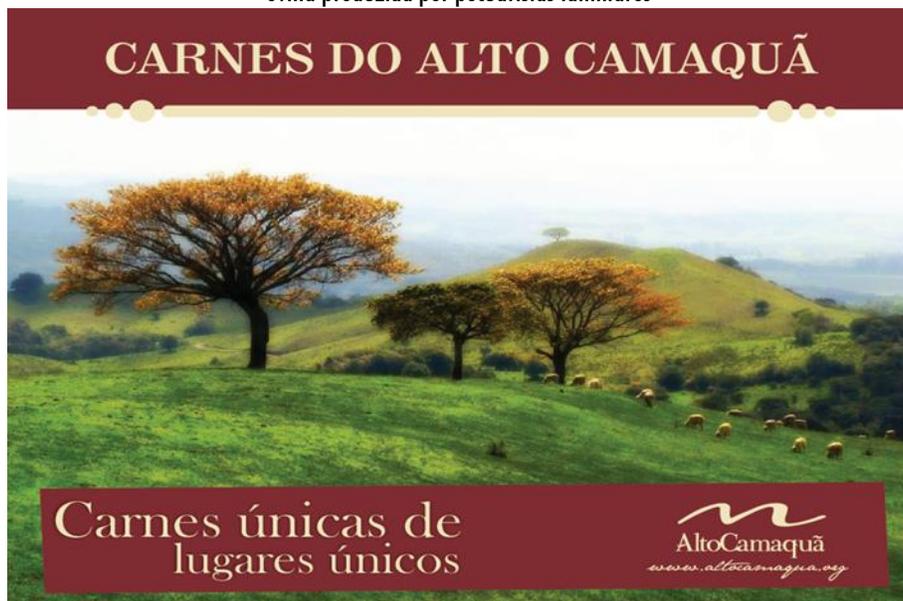
Entre os produtos comercializados, a carne de cordeiro tornou-se o principal produto da pecuária familiar da rede (Figura 2). A escolha desse produto se dá por diferentes argumentos: 1) trata-se de uma atividade desenvolvida por todas as famílias de pecuaristas familiares envolvidas; 2) é um mercado em que há uma alta demanda; 3) esses animais alimentam-se somente de pastagem natural do bioma Pampa e representam a reprodução de uma cultura e tradição pecuárias conservadas há mais de 300 anos pelos pecuaristas familiares. Assim, os animais comercializados por pecuaristas familiares do Alto Camaquã devem atender a um conjunto de requisitos que contemplem uma criação somente a pasto, o que não chega ser um problema, visto que o modo de produção abarca essas delimitações. Em decorrência disso, os valores atribuídos ao produto final o diferenciam.

Esse mercado seguia uma dinâmica em que, a cada semana, uma associação era responsável pela comercialização dos animais, os quais



eram reunidos, pesados e levados diretamente para o frigorífico (MATTE et al., 2016). Com auxílio financeiro de políticas públicas vinculadas ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDS), a REAC adquiriu um caminhão boiadeiro que passou a ser utilizado para realizar o transporte dos animais até o frigorífico. O primeiro acordo comercial ocorreu com um pequeno empresário de uma casa de carnes em Porto Alegre, capital do estado gaúcho, interessado no diferencial do produto e disposto a pagar um valor justo. No entanto, em 2013, o acordo foi rompido, uma vez que o comprador solicitou a redução do valor pago.

**Figura 2** – Marca territorial da rede Alto Camaquã utilizada em slogan de divulgação da carne ovina produzida por pecuaristas familiares



Fonte: Alessandra Matte (2016).

Posteriormente, os animais passaram a ser abatidos em um pequeno frigorífico no município de Pinheiro Machado, e a carne, comercializada em feiras e eventos da agricultura familiar, diante da



condição da inspeção municipal e do selo de agroindústria familiar oferecidos pela organização responsável pelo abate e comercialização. Essas duas formas de comercialização foram importantes para o processo de amadurecimento da rede, que hoje toma novos rumos. Contudo, cabe destacar que, entre os elementos que diferenciam a rede e o mercado está o aspecto coletivo de seu funcionamento, em que a governança acontece pelos diferentes atores que definem as estratégias de industrialização e comercialização da carne de cordeiro e dos demais produtos comercializados com a marca coletiva do território Alto Camaquã.

Desse modo, as ações ocorridas até o momento culminaram em discussões que conduziram à criação da cooperativa agropecuária dos produtores dos municípios que compõem o território Alto Camaquã, a Cooperalto Camaquã, oficialmente registrada em abril de 2017. Ao se tornar cooperativa, a rede almeja conquistar estruturas físicas e facilitar a comercialização. Nesse sentido, entre os atuais desafios está concretizar um local para abate por meio da construção de uma planta frigorífica, situada em um ponto estratégico entre os oito municípios que compõem o território, de modo a ser administrada pela cooperativa. Essa iniciativa está em curso por meio de iniciativas como a inclusão do território na “Rota do Cordeiro”, reconhecendo-o como polo ovinocultor, do apoio do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social e do Ministério da Integração. Enquanto a planta frigorífica é construída, a rede vem trabalhando em melhorias nos sistemas produtivos e na organização da produção, com vistas a regularizar a oferta de animais quando do início dos abates.



Portanto, a valorização direcionada a uma ação ou escolha é suscetível a refletir as atividades e avaliações realizadas por seus pares, evidenciando que o valor atribuído não corresponde a uma ação pessoal isolada, mas, sim, a uma conjectura coletiva. Este tem sido o desafio dos atores envolvidos no território Alto Camaquã: romper com a convenção de que a ovinocultura não tem a capacidade de gerar retornos econômicos. Sobretudo, o mercado é uma relação entre pessoas, em que se torna cada vez mais necessário assegurar a credibilidade como mecanismo de reprodução desse mercado. De todo modo, os pecuaristas familiares passam a compreender que essa é a maneira de levá-los a ser verdadeiramente remunerados por sua produção, reconstruindo a interpretação sobre o bem comercializado.

Atualmente, alguns dos desafios da rede são: encontrar um espaço para abate dos animais que confira selo de inspeção estadual ou federal no intuito de permitir a comercialização da carne para além do limite municipal; manter regularidade da oferta; demonstrar que há um mercado para a carne ovina disposto a pagar pelos valores tácitos atrelados à carne ovina originária do Alto Camaquã; regularizar a oferta de animais; e, identificar e estabelecer um canal de comercialização em que haja consumidores em busca desse diferencial.

### **O Movimento de Integração Campo-Cidade: articulando alianças entre produtores e consumidores em prol do abastecimento alimentar**

O Movimento de Integração Campo-Cidade (MICC) surge nos anos de 1980 na cidade de São Paulo, de forma a estabelecer uma aliança entre os trabalhadores do campo e da cidade que lutavam por direitos básicos. Economicamente, o país vivenciava uma séria crise econômica



com alta inflação e estagnação do crescimento econômico, fazendo com que as circunstâncias socioeconômicas fossem difíceis tanto nas áreas rurais como nas urbanas. Por um lado, a modernização da agricultura implementada nas décadas anteriores deixou muitos trabalhadores rurais sem trabalho e sem acesso aos mercados, levando essas pessoas a permanecer no campo em condições precárias ou a migrar para as cidades em busca de trabalho nas indústrias em crescimento. Entre os trabalhadores rurais que ficaram, muitos se uniram para lutar pela reforma agrária e pelo direito de viver como agricultores, momento em que a ocupação de terras improdutivas torna-se uma de suas principais estratégias de pressão política.

Presente, tanto no campo como na cidade, estava a Teologia da Libertação, um movimento progressivo dentro da igreja católica que tinha como principal prática encorajar uma atuação ativa das comunidades em busca de melhoria das condições de vida, entendida como uma conexão entre a ação política e atuação solidária e fraterna que o catolicismo propunha. Foi pela mediação desse movimento que os trabalhadores urbanos da zona leste de São Paulo começaram a apoiar as lutas do campo, em um primeiro momento fornecendo suprimento de alimentos, roupas e até mesmo dinheiro para as ocupações. Portanto, a emergência do MICC tem um caráter totalmente político, de solidariedade e apoio às lutas sociais.

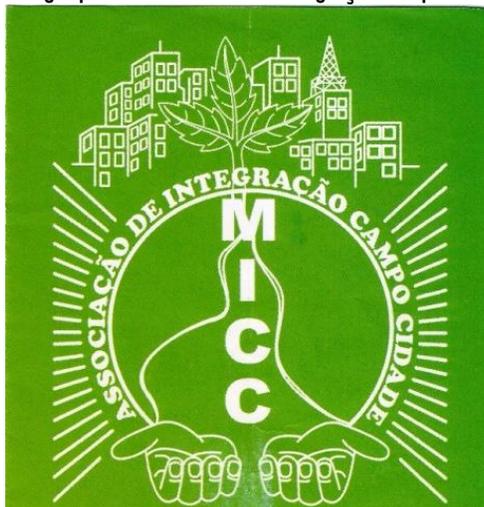
A primeira compra de alimentos ocorreu em 1985, quando uma ordem de despejo ameaçava retirar os trabalhadores que estavam ocupando uma área localizada entre os municípios de Itapeva e Itaberá, destruindo um campo de feijão que estes haviam plantado. Considerando que o grão estava pronto para colheita, as paróquias e os



moradores da Zona Leste de São Paulo realizaram uma ação colaborativa e compraram toda uma colheita de feijão, algo equivalente a 30 toneladas. Após esse episódio, outras compras começaram a ser realizadas, porém esporadicamente e sempre mediante a grandes colheitas. Somente em 1993, o MICC ganha um veículo por meio de uma campanha da fraternidade.

Assim, dá início a estabelecer uma dinâmica de compra semanal de cestas de vegetais, processo que vem sendo reproduzido até os dias atuais. Em 1997, é realizado um concurso para criação do nome e logotipo do Movimento (Figura 3), No mesmo ano é criado estatuto para facilitar melhor a estruturação da organização interna. Porém, somente em 2008 é que o MICC se institucionaliza como uma Associação sem fins lucrativos, uma necessidade para facilitar as compras e o fornecimento de nota fiscal a espaços que adquiriam grandes quantidades de produtos como creches e escolas. O acrônimo “MICC” é preservado pela notoriedade já adquirida.

**Figura 3** – Logotipia do Movimento de Integração Campo Cidade (MICC)



Fonte: Divulgação MICC.



Atualmente, o MICC articula a compra semanal de kits compostos por oito a 12 verduras e frutas da estação, produzidas pela Associação dos Pequenos Produtores de Ibiúna - APPRI, município localizado cerca de 100 km da capital. Os alimentos são “sem veneno”, maneira de informar que não usam agroquímicos, porém, não são certificados. As entregas acontecem em um dia da semana sempre nas quartas feiras, para 23 pontos de distribuição que incluem residências, unidades básicas de saúde, creches, academias de ginástica, sedes de pastorais, centros espíritas, igrejas católicas e messiânicas. Ao todo são beneficiadas 800 unidades familiares de consumidores, que recebem seus alimentos quinzenalmente.

O processo todo acontece por meio de uma grande rede de voluntários que se articulam para fazer a negociação com os agricultores e a logística de distribuição para os consumidores. Assim, há um forte protagonismo dos consumidores que se envolvem com tarefas de gestão, entrega, contabilidade e organização dos kits para que o MICC funcione. O valor de cada kit é de R\$ 14,00 e equivale a aproximadamente um terço do que os consumidores pagariam pela mesma quantidade de produtos convencionais nas feiras da região. Importante ressaltar que a zona leste ainda é considerada umas das regiões mais vulneráveis da cidade, portanto o MICC possibilita que famílias de baixa e média renda acessem alimentos de qualidade a preços juntos.

Entre os principais desafios enfrentados está a coordenação de um grupo tão grande de voluntários e consumidores, que semanalmente precisam lidar com uma série de questões logísticas, como levantamento



da lista de pedidos de cada ponto de distribuição, montagem dos kits e distribuição. Para se ter ideia, nos dias de entrega os agricultores saem de Ibiúna as 1:30h da madrugada de casa levando os produtos para a capital, onde chegam próximo as 5h da manhã na Igreja da Vila Alpina, ponto de referência do MICC. Metade da carga é repassada a outro veículo (a Van do MICC) que é dirigido por consumidores voluntários, de forma que antes das 6h ambos os carros saem para distribuir os kits na região (Figura 4). Essa dinâmica faz com que cada veículo tenha uma média de 40 km para percorrer, um trajeto que ainda que pareça curto, leva aproximadamente 4 horas para ser percorrido devido ao trânsito da capital paulista.

**Figura 4** – Consumidores e agricultores abraçados em um dia de entregas na Igreja Ipiranga (a); Consumidores fazendo a entrega nos alimentos na casa de outra consumidora na Vila Matilde (b)



Fonte: Potira Preiss (2015).

Outro desafio se relaciona à mudança de hábitos alimentares, visto que a seleção de verduras é feita pelos produtores conforme suas colheitas, fazendo com que nem sempre os consumidores gostem ou saibam utilizar os produtos que recebem. Há ainda a necessidade de uma melhor organização por parte dos consumidores, que após receber os produtos devem saber utilizá-los e conservá-los para que durem até a



próxima entrega que acontecerá somente em quinze dias. De certa forma, a dinâmica quebra com a lógica imediatista dos mercados convencionais que oferecem produtos variados ao longo de todo o ano, independente de colheita e origem. Entre as metas do MICC, busca-se concretizar a inclusão nos kits de produtos considerados essenciais a dieta da população, tais como feijão e arroz, porém a falta de produção ainda é um limitante. Outra qualificação almejada é a ampliação da oferta de frutas, algo às vezes difícil devido a escala de consumo com a qual o MICC opera, nem sempre podendo ser suprida pela produção dos produtores já associados.

Desde 2011, o MICC pertence à Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável, uma articulação que reúne diferentes outras experiências do tipo, no país, e visa articular os grupos, politicamente, bem como facilitar ações em colaboração entre seus membros. Considerando o cenário brasileiro para tais experiências, o MICC se destaca como a maior e a mais antiga iniciativa desse tipo no país.

### **A construção de mercados alimentares sustentáveis: análise integrada entre REAC e MICC**

Após a apresentação de cada um dos casos, alguns pontos de convergência e divergência podem ser traçados em relação à formação, atuação e os resultados alcançados em relação à construção social dos mercados e à maneira com que essas redes têm contribuído para a autonomia de agricultores e pecuaristas familiares, bem como ao papel e protagonismo dos consumidores nesse processo.



Em primeiro lugar, há uma clara distinção no que diz respeito aos fatores mobilizadores de cada caso. A REAC se estrutura a partir de pecuaristas familiares em busca de um mercado em que possam escoar sua produção a medida que tenham seu produto valorizado a partir de seus atributos tácitos, que compreendem características sociais e territoriais. O MICC parte de um engajamento político entre movimentos sociais de trabalhadores rurais, em busca de apoio a luta dos trabalhadores do campo por reforma agrária e melhores condições de vida. Assim, cada caso tem uma trajetória bastante distinta e envolve um processo de mobilização de atores em pontas opostas no sistema alimentar. Ambas experiências tem em comum seu surgimento e estruturação em formato de redes, uma vez que compreendem conjunto de distintos atores. Ainda que uma seja centrada em produtores rurais (REAC) e a outra (MICC) envolva uma colaboração entre consumidores e agricultores.

Sobretudo, em ambos os casos há certa convergência de valores ou representação, de forma que o alimento em questão é percebido pelos atores como algo mais amplo do que um mero produto ou fonte nutricional, mas sim incorpora e representa também as relações sociais que o envolvem. Nesse sentido, há, em ambos os casos, uma valorização dos alimentos locais e das formas familiares de produção como promotoras de relações; mais sustentáveis em termos sociais, econômicos e ambientais. Há uma conexão entre produto, processo e local criando dinâmicas de abastecimento integradas a geografia, tanto no sentido do



ambiente de onde originam como dos modos socialmente situados de fazer agricultura (ILBERY et al., 2005; GALLI; BRUNORI, 2013).

Nesse sentido, tanto o MICC como a REAC se aproximam a processos que a pesquisadora Maria Fonte (2008; 2010) associa a uma tendência a realocização alimentar, seja por meio da reconexão entre consumidores e produtores ou ainda pela valorização da origem e das culturas associadas ao alimento. Nesse sentido, questões de apreço são justamente as distinções sociais, culturais, ambientais e políticas que os alimentos podem oferecer que se tornam um elemento chave para agregação de valor, não só monetário, mas também social e afetivo.

É possível constatar que há uma diferença marcante no que tange ao papel e ao protagonismo do consumidor entre as duas experiências de rede. Para a REAC, há uma alta demanda para a carne ovina, constatada em diferentes estudos sobre consumo. No entanto, os consumidores estão distantes e sem aproximação geográfica, o que dificulta estabelecer um canal de comercialização para o qual a produção chegue até esse consumidor. A organização desse mercado está sustentada na atuação do pecuarista familiar, das organizações que atuam em prol desses produtores e do local em que a venda será realizada. Trata-se de um mercado de rede, mas que, em vista da sua localização, o consumidor não participa da rede de forma efetiva, mas reconhece-a a partir da sua marca coletiva.

De maneira distinta, no MICC os consumidores conduzem o processo tanto na organização do mercado como também na distribuição dos alimentos. Assim, podemos afirmar que a concepção de



mercado socialmente construído é o cerne dessa rede. O princípio de somente comprar alimentos de agricultores familiares organizados é de certa forma uma maneira de incentivar o protagonismo e organização dos consumidores. Nesse sentido, destacamos que os produtos comercializados no MICC não possuem ainda certificação formal, sendo apenas assegurados pelas relações de confiança que seus membros estabelecem com os produtores. É nesse sentido que Canclini (1997) propõe um estudo integrado do consumo com a cidadania como uma estratégia política e também como marco conceitual para que possamos analisar as atividades de consumo cultural em sua dimensão cidadã, transcendendo assim a perspectiva irracional e supérflua associada ao consumo, bem como a visão jurídico-política da cidadania determinada pelo Estado. O autor critica abordagens que creem de forma exacerbada no poder de manipulação das empresas, menosprezando o potencial dos consumidores de interpretar informações e reagir perante estas de forma criativa. Conforme suas palavras, “alguns consumidores querem ser cidadãos” (CANCLINI, 1997, p. 68).

Na REAC, as redes sociais são a forma central de funcionamento da marca. Entretanto, a rede carece de conectar os consumidores a essa rede, retirando o papel da empresa ou loja intermediária, que ficará responsável pela comercialização. Talvez aqui um grande desafio seja a distância ainda existente entre o ponto de produção e consumo, dificultando o encontro e a interação entre esses atores.

Outra distinção que não pode deixar de ser mencionada é a relação com as políticas públicas ou a atuação do governo para o apoio e



fomento de tais iniciativas. No caso do MICC, não há diretamente nenhum tipo de atuação ou participação de governo ou programas que tenham facilitado sua emergência e atuação. Indiretamente, podemos mencionar que os seus fornecedores, os agricultores familiares vinculados à APPRI, também fornecem alimentos ao Programa de Aquisição de Alimentos (PAA)<sup>10</sup> e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PANAÉ)<sup>11</sup>, políticas públicas que têm sido espaços importantes para o escoamento da produção das formas familiares. No entanto, o país ainda carece de programas que possam fomentar ou auxiliar a mobilização de consumidores. Nesse sentido, os grupos de consumo responsável, como MICC, têm tido uma atuação importante ao materializarem um processo de atuação cidadã na busca pela segurança e soberania alimentar, contribuindo também para a autonomia de agricultores familiares em relação aos mercados mais formais.

No caso da REAC, a ação do Estado junto a essa rede se dá por meio da participação de atores públicos, como empresas de pesquisa e extensão, e universidades, além do recente envolvimento do governo federal. Essas organizações têm contribuído de diferentes maneiras para a rede. De todo modo, políticas públicas que possibilitem autonomia a esses produtores são necessárias, entre algumas delas, ações que facilitem o processo de adequação sanitária para o abate e posterior

---

<sup>10</sup> Programa de Aquisição de Alimentos é um instrumento de política pública instituído pelo artigo 19 da Lei nº. 10.696, de 2 de julho de 2003, cujo objetivo é garantir o acesso aos alimentos em quantidade, qualidade e regularidade necessárias às populações em situação de insegurança alimentar e nutricional e promover a inclusão social no campo por meio do fortalecimento da agricultura familiar (BRASIL, 2003).

<sup>11</sup> Programa Nacional de Alimentação Escolar, ligado ao Ministério da Educação, estabelece um mercado institucional para a agricultura familiar através do abastecimento de escolas públicas, segundo os princípios de alimentação adequada e da soberania alimentar (BRASIL, 2009).



comercialização da carne dos animais, lembrando que a comercialização de carnes envolve complexidade distinta de hortifruti.

Sobretudo, mesmo com tais gargalos, a rede tem representado um importante meio de construção de autonomia, na medida em que evidencia o fortalecimento da categoria social, que passa a se reconhecer e valorizar sua atividade, seu modo de vida e especialmente os produtos produzidos na propriedade. A rede representa um avanço sobre ações cooperativas que visam estabelecer estratégias de reprodução da agricultura familiar sem necessariamente ter de se adequar às regras do mercado convencional. Por fim, as duas iniciativas têm como princípio norteador a produção de alimentos que seguem princípios de sustentabilidade. A singularidade dos alimentos comercializados é o que torna essas redes únicas, uma vez que promovem a reprodução de sistemas produtivos tradicionais.

É importante mencionar que ambos os casos buscam uma forma de produção mais ecológica. Conforme já mencionado, no caso do MICC, os agricultores evitam o uso de agroquímicos nas suas estratégias de produção. Já a REAC agrupa apenas agricultores que em sua atividade pecuária promovem um processo de conservação do ecossistema Pampa, alimentando seus animais com pasto nativo e contribuindo assim para regeneração natural do bioma. Portanto, para ambos os casos podemos afirmar que há uma aproximação do que propõe Altieri (2015), de que um modo de produção e de vida que conserve ambientes naturais a medida que produz alimentos se torna sustentável quando permanece sob o controle dos atores locais.



Assim, entendemos que a sustentabilidade em duas dimensões. Social, que permite a inclusão de produtores marginalizados em mercados convencionais, promovendo renda e contribuindo com manutenção de um modo de vida. No caso do MICC, os consumidores de baixa e média renda são beneficiados com produtos limpos a preços acessíveis. Na REAC, o valor agregado pago por um produto peculiar auxilia a manutenção econômica de um estilo de vida e um bioma. E em termos ambientais, as formas produtivas é que constroem um processo que integra produção com preservação. Por fim, as duas iniciativas tem como princípio norteador a produção de alimentos que seguem princípios de sustentabilidade. A singularidade dos alimentos comercializados é o que torna essas redes únicas, uma vez que promovem a reprodução de sistemas produtivos tradicionais.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Inicialmente, o texto contribui com o debate contemporâneo em torno das formas familiares de produção e os processos de desenvolvimento rural, reconhecendo nomenclaturas distintas para esses produtores – pecuaristas e agricultores familiares –, com o propósito de chamar a atenção para particularidades que os diferenciam. Torna-se cada vez mais importante reconhecer as diferenças entre formas familiares de produção, sobretudo na realidade do Brasil, de extenso território, com cinco diferentes biomas – o que confere distinções ambientais e climáticas –, e permeado por uma amplitude de modos de vida, resultado de orientações sociais e culturais variadas.



Considerando os desafios para a agricultura e pecuária familiar frente ao novo cenário político e econômico, o capítulo contribui ao mostrar três questões em especial. Primeiramente, os casos apresentados se colocam como alternativas a mercados institucionalizados ou altamente homogeneizados, ao construir novos arranjos e dinâmicas de abastecimento baseadas em mercados socialmente enraizados.

Segundo, as experiências permitem evidenciar e reconhecer o papel do envolvimento de diferentes atores, individuais e coletivos, em redes envolvendo as formas familiares de agricultura e pecuária. Ambos os casos apresentados demonstram que a materialização de sistemas alimentares socialmente mais justos requerem o envolvimento ativo tanto de produtores quanto de consumidores, que, por meio de sua reflexividade e ação, se posicionam como agentes construtores do sistema alimentar. Entendemos que o enraizamento social acontece na formação e no funcionamento dessas redes.

Terceiro, e por fim, o capítulo contribui ao exemplificar como as tendências de realocação alimentar e a consolidação dos mercados socialmente enraizados estão sendo expressas e articuladas no Brasil. Por fim, acreditamos que essas redes têm contribuído para a autonomia de agricultores e pecuaristas familiares ao criar mercados específicos contribuem para o desenvolvimento local sustentável, que atuam com uma lógica distinta da mentalidade homogeneizadora e mercantilista tão presente no mundo atual.



## REFERÊNCIAS

- ALTIERI, Miguel. **Agroecologia**: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável. 5. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2015.
- BECKERT, Jens. **The great transformation of embeddedness**. Karl polanyi and the new economic sociology. Köln: Max-Planck-Institut Für Esellschaftsforschung, 2007.
- BECKERT, Jens. The social order of markets. **Theory and society**, v. 38, n. 3, p. 245-269, 2009.
- BORBA, Marcos Flávio Silva. Desenvolvimento territorial endógeno: o caso do Alto Camaquã. In: WAQUIL, Paulo Dabdab et al. **Pecuária familiar no Rio Grande do Sul**: história, diversidade social e dinâmicas de desenvolvimento. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 187-214.
- BRASIL. Constituição. **Lei nº 10.696, de 2 de julho de 2003**. Lei no 10.696, de 2 de julho de 2003. 2003.
- BRASIL. Constituição. **Resolução nº 38, de 16 de julho de 2009**. Resolução/cd/fnde, n° 38, de 16 de julho de 2009. Brasília, 2009.
- CANCLINI, N. G. Consumidores do século xxi, cidadãos do século XVIII. In: **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997. p. 13-47.
- CAPORAL, Francisco Roberto; COSTABEBER, José Antônio. **Agroecologia e Extensão Rural**: contribuições para a Promoção do Desenvolvimento Rural Sustentável. Brasília: MDA/SAF/DATER-IICA, 2004.
- CRUZ, Fabiana Thomé da; MATTE, Alessandra; SCHNEIDER, Sergio (Org.). **Produção, consume e abastecimento de alimentos**: desafios e novas estratégias. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.
- EYMARD-DUVERNAY, François. Conventionalist approaches to enterprise. In: FAVEREAU, Olivier; LAZEGA, Emmanuel (Org.). **Conventions and structures in economic organization**: markets, networks and hierarchies. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, Paris: University Of Paris X, 2002. p. 60-78.
- FLIGSTEIN, Neil. Habilidade social e a teoria dos campos. In: MARTES, Ana Cristina Braga (Org.). **Redes e sociologia econômica**. São Carlos: Edufscar, 2009. P. 69-106.
- FONTE, Maria. Food relocalization and knowledge: dynamics for sustainability in rural areas. In: FONTE, Maria; PAPADOPOULOS, Apostolos G. (Org.). **Naming food after places**: food relocalization and knowledge dynamics in rural development. Farnham: Ashgate, 2010. p. 1-35.



FONTE, Maria. Knowledge, food and place: a way of producing, a way of knowing. **Sociologia Ruralis**, v. 48, n. 3, p. 200-222, 2008.

GALLI, Francesca; BRUNORI, Gianluca. **Short Food Supply Chains as drivers of sustainable development**: Evidence Document. Pisa: Laboratorio di Studi Rurali Sismondì, 2013.

GAZOLLA, Marcio; PELEGRINI, Gelson. A construção social dos mercados pelos agricultores: o caso das agroindústrias familiares. In: CONGRESSOS DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 48., 2010, Campo Grande. **Anais...** Campo Grande, MS: SOBER, 2010. p. 1-18. 1CD-ROM.

GRANOVETTER, Mark. Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. In: MARTES, Ana Cristina Braga (Org.). **Redes e sociologia econômica**. São Carlos: EdUfscar, 2009. p. 31-68.

ILBERY, Brian et al. Product, process and place an examination of food marketing and labeling schemes in Europe and North America. **European Urban and Regional Studies**, v.12, n. 2, p. 116–132, Apr. 2005.

LIE, John. Sociology of markets. **Annual review of sociology**, v. 27, p. 341-360, 1997.

MALUF, Renato et al. Nutrition-sensitive agriculture and the promotion of food and nutrition sovereignty and security in Brazil. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 8, p.2303-2312, Aug. 2015.

MATTE, Alessandra et al. Mercado de cadeias curtas na pecuária familiar: um processo de realocação no território Alto Camaquã no sul do Rio Grande do Sul/Brasil. **Redes**, Santa Cruz Do Sul, edição especial agricultura familiar: processos e práticas, v. 21, n. 3, p. 137-158, set./dez. 2016.

MATTE, Alessandra. **Vulnerabilidade, capacitações e meios de vida dos pecuaristas de corte da Campanha Meridional e Serra do Sudeste do Rio Grande do Sul**. 2013. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

MIZRUCHI, Mark S. Análise de redes sociais: avanços recentes e controvérsias atuais. In: MARTES, Ana Cristina Braga (org.). **Redes E Sociologia Econômica**. São Carlos: EdUfscar, 2009. p. 131-159.

NABINGER, Carlos. Produção animal com base no campo nativo: aplicações de resultados de pesquisa. In: PILLAR, Valério De P. et al. (Org.). **Campos Sulinos - conservação e uso sustentável da biodiversidade**. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2009. p. 175-198.



POLANYI, Karl. **A grande transformação**: as origens de nossa época. Rio de Janeiro: Campus, 1980.

PORTILHO, Fátima. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. **Cad. EBAPE.BR** [online], Rio de Janeiro, v. 3, n. 3, p. 01-12, 2005.

RIBEIRO, Claudio Marques. **Estudo do modo de vida dos pecuaristas familiares da região da campanha do Rio Grande do Sul**. 2009. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

ROEP, Dirk; WISKERKE, Han. **Nourishing Networks**: Fourteen Lessons about Creating Sustainable Food Supply Chains. Doetinchem (Holanda): Reeds Business Information, 2006.

SCARABELOT, Maristela. **Construção de cadeias agroalimentares curtas e papel dos atores em nova veneza, sc**. 2012. 201f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural). Universidade Federal Do Rio Grande Do Sul, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Porto Alegre, 2012.

STARR, Amory. Local food: a social movement? **Cultural Studies Critical Methodologies**, Califórnia, v. 10, n. 6, p. 479-490, 2010.

STEINER, Philippe. **A sociologia econômica**. Tradução de Maria Helena Trylinski, São Paulo: Editora Atlas, 2006. 134 p.

WAQUIL, Paulo Dabdab et al. **Pecuária familiar no Rio Grande do Sul**: história, diversidade social e dinâmicas de desenvolvimento. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. (Série Estudos Rurais)

WILKINSON, John. **Mercados, redes e valores**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2008. (Série Estudos Rurais)





# FEIRA VIVA OU VIVA A FEIRA?

MENEGUEL, CINTHIA ROLIM DE ALBUQUERQUE  
TRICÁRICO, LUCIANO TORRES

## INTRODUÇÃO

Historicamente, os mercados de abastecimento e as feiras livres das cidades, têm uma importância significativa para as localidades, visto que, além de relações comerciais e de abastecimento regional, representam aspectos históricos, culturais, sociais e econômicos.

Com a evolução histórica das sociedades, muitos fatores ofuscaram o objetivo desses centros (mercados ou feiras de abastecimento), como a modernização das cidades, novas ocupações territoriais, limpeza, higiene, insalubridade, tempo para compras, locomoção, dentre outros aspectos. Porém, recentemente no Brasil, muitos espaços ou até mesmo feiras livres, estão sendo reconfiguradas adquirindo um novo propósito nas cidades, muitas vezes, turístico.

No entanto, a população de um país agrário como o Brasil, lentamente se desperta para recuperar algo que historicamente foi perdido, o vínculo com a comida, com a natureza, com a saúde e com o trabalho humano, deslembado pela massificação dos fast foods e pelos produtos ultra processados oferecidos pela indústria no processo de Mcdonaldização dos costumes (FISCHLER, 1998), nos nutrindo apenas de imagens (POLLAN, 2014).

Assim, esses espaços comerciais, são reafirmados como locais de troca de produtos, experiências e de convívio. Ajustando-se ao discurso, de se dedicar mais tempo e atenção à alimentação. Afinal, a nossa



percepção de como e o que comemos nos conecta com o mundo (POLLAN, 2014).

O Festival Feira Viva ocorre na cidade de São Paulo/Brasil, tem como objetivo ocorrer a cada estação do ano, apresentando pequenos produtores artesanais regionais, aproveitando a sazonalidade dos insumos e oferecendo produtos diferenciados ao consumidor final. Tem como ponto central da sua programação, o espaço denominado “Feira Livre”, preconizando os produtores e seus produtos regionais, diferenciando-se da maior parte dos festivais gastronômicos que ofertam a degustação de pratos tradicionais. Assim, é um espaço de confluência entre os atores da cadeia produtiva alimentar, ofertando produtos frescos, regionais, sazonais, diferenciados, saborosos e de qualidade, estabelecendo uma relação comercial personalizada e repleta de valores culturais alimentares.

Os festivais gastronômicos são considerados um fenômeno mundial, capazes de atrair um grande número de participantes, auxiliando no fortalecimento de tradições alimentares e de produtos regionais (HALL, SHARPLES, 2008). Os festivais têm um impacto sociocultural em seus participantes, bem como na própria comunidade local (HALL, MITCHELL, 2000; GETZ, 1997). São ferramentas capazes de revelar e compartilhar conhecimento, saberes, crenças e visões de mundo das culturas para com os visitantes (O’SULLIVAN, JACKSON, 2002). E oferecem experiências sensoriais gustativas (CHANG, YUAN, 2011).

Assim, o presente estudo, teve como objetivo compreender a atuação dos pequenos produtores artesanais no processo de criação do



conceito do Festival Feira Viva e suas percepções sobre a valorização do patrimônio cultural alimentar.

Considera-se a pesquisa relevante, visto que, até o presente momento, nenhum outro estudo foi realizado com os produtores artesanais participantes do Festival Feira Viva.

## **O FESTIVAL FEIRA VIVA**

O Festival Feira Viva é um evento realizado na cidade de São Paulo/Brasil, caracterizado pelo conceito de integrar o produtor artesanal aos consumidores, sejam eles chefes de cozinha, expertos de gastronomia ou o consumidor final. Idealizado por Keila Malvezzi, Patrick Assumpção e João Adrien – representando a SRB Sociedade Rural Brasileira, o evento a cada edição atrai um grande número de visitantes.

A SRB – Sociedade Rural Brasileira foi fundada em 1919, por Eduardo da Fonseca Cotching e um grupo de cinquenta produtores rurais, com o propósito de auxiliar no desenvolvimento da agroindústria. Atualmente, transcorrendo o contexto histórico da associação, seus objetivos estão direcionados a cooperação entre os setores agropecuário e ambiental, atuando na defesa da base produtiva. Portanto, a SRB é uma entidade associativista, que se destaca pelo contato contínuo e direto com os produtores, em prol de “formulação de políticas públicas e iniciativas voltadas para o desenvolvimento da agropecuária”, tais como, o avanço tecnológico e a conscientização dos desafios que se apresentam no desenvolvimento da atividade rural (SRB, 2017).



A SRB possui muitas frentes de atuação, como a CARB – Câmara de Mediação e Arbitragem da Sociedade Rural Brasileira, reconhecida como o primeiro centro focado na resolução de conflitos gerados na cadeia produtiva do agronegócio brasileiro; e a plataforma de Mapeamento da Ocupação e Uso do Solo em parceria com a Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária e o Ministério do Meio Ambiente.

Também organiza eventos consolidados como Agrishow – Feira Internacional de Tecnologia Agrícola em Ação, considerado o maior evento do segmento da América Latina; o Global Agribusiness Forum – evento internacional que debate o agronegócio; a Feira das Carreiras, que em parceria com universidades, tem como objetivo mostrar aos estudantes de diversas áreas do conhecimento como o setor de agronegócio oferece oportunidades de carreiras profissionais; e o Festival Feira Viva - com o propósito de ocorrer a cada estação do ano, apresentando pequenos produtores rurais regionais, aproveitando a sazonalidade dos insumos e oferecendo, portanto, produtos diferenciados ao consumidor final, além de, debates englobando a história, a cultura, a tradição e técnicas agrícolas e culinárias, fomentando o diálogo entre produtores rurais, cozinheiros, cientistas e demais interessados.

A proposta do Festival Feira Viva é de apresentar produtos tipicamente brasileiros, com forte identidade cultural e de alta qualidade, de produtores que normalmente encontram dificuldades para acessar o mercado consumidor.



O Festival Feira Viva, sempre ocorreu em espaços públicos da cidade de São Paulo, democratizando o acesso na participação ao evento. A edição Outono ocorreu no MUBE – Museu Brasileiro da Escultura e Ecologia, com a temática: Agricultura, meio ambiente e gastronomia. O MUBE, engloba o conceito de cidade moderna proposta pela arquitetura arrojada de Paulo Mendes da Rocha para o edifício do museu e os jardins de Burle Marx, contrastando e aproximando, portanto, a cidade do campo. A edição de Inverno ocorreu no Parque Estadual Dr. Fernando Costa Água Branca, conhecido popularmente como Parque da Água Branca, um espaço privilegiado por ter uma pequena floresta com árvores nativas e uma feira fixa de produtos orgânicos. A edição Verão, ocorreu no Parque Estadual Villa-Lobos, dessa maneira, o festival percorreu espaços localizados em zonas geográficas diferentes da cidade, possibilitando a um novo público o acesso ao festival.

Edições menores também foram realizadas como a Pocket Cidade Jardim, realizada dentro do shopping Cidade Jardim, assim como a Feira Viva no GIFE, evento do GIFE - Grupo de Institutos Fundações e Empresas de Investimentos Sociais do Brasil.

As edições do festival Feira Viva foram compostas por uma programação diversificada dividida por temáticas pertinentes a cada edição, tais como os espaços Feira Livre, Feituras, Encontros, Painéis e Territórios.

O espaço Feira Livre esteve presente em todas as edições, composto por stands de pequenos produtores artesanais regionais, de agricultura familiar e ecológica, comunidades quilombolas e instituições



cooperativas. Com alta qualidade e diferencial gourmet, os consumidores encontraram produtos tipicamente brasileiros como chocolate, mel, azeite, bebidas, queijos, cervejas, pimentas, farinhas, dentre insumos nativos como os cogumelos, o jaracatiá, a juçara e as panes – plantas alimentícias não convencionais.

Esse espaço oportuniza a exposição dos produtos e gera conhecimento aos paulistanos e turistas, que desconhecem a maior parte deles. E incentiva a cadeia produtiva a preservar os produtos nativos da Mata Atlântica, fomentando a preservação do meio ambiente.

As Feituras apresentaram convidados que trocaram conhecimento perante o público ao realizarem algum tipo de preparo culinário. Em geral, a presença de um chefe de cozinha renomado com um produtor. Como exemplo, a feitura “Farinhas Tropicais” da edição de verão, cujo farinheiro Sr. Zé Ferreira compartilhou o seu conhecimento e suas técnicas com as chefes de cozinha Helena Rizzo e Mara Salles e vice-versa.

O espaço Encontros buscou proporcionar um diálogo entre os atores que fortalecem e multiplicam conhecimentos de valor sociocultural. Entretanto, os Painéis da primeira edição do festival, foram conduzidos por especialistas, que trataram de assuntos relacionados com a gastronomia, botânica, história, tradição, sociologia e cultura. O painel – O peixe e o Palmito – foi discutido pelos cozinheiros Eudes de Assis e André Mifano e o produtor Cauê Tessuto, exemplificando a cadeia do peixe, espécies, manejo e sazonalidade. O painel Mandioca apresentou a planta nativa e suas particularidades regionais e o processo de



beneficiamento, tendo a abordagem realizada pelo cozinheiro Rodrigo Oliveira, pela agrônoma genética Teresa Losada e pelo doceiro Agostinho da Paçoca. O painel Milho traçou a trajetória do milho, suas histórias, crenças e receitas da tradição caipira, com a condução do sociólogo Carlos Alberto Dória e pelo cozinheiro Rafael Bocaina. No entanto, o painel Madeira, discutiu questões sobre o chamado diamante do futuro, com a participação do designer Hugo França, do botânico Ricardo Cardim, Anderson Falcão e o Instituto Europeo di Desing – unidade São Paulo, com a mediação de Patrick Assumpção.

O espaço Território é apresentado pelo Festival Feira Viva, adotando o conceito de que “uma das linhas que defende o território e a interferência humana no espaço geográfico como fator decisivo para a própria definição do termo” (FEIRAVIVA, 2017). Na primeira edição, o Território Guanandi, contou com a presença do botânico Ricardo Cardim e os cozinheiros Ivan Raulston e Helena Rizzo, para um bate-papo e degustação de pratos com ingredientes nativos do Brasil. Também, ocorreu o encontro do botânico Harri Lorenzi com os cozinheiros Alex Atala e Gabriel Broide, sobre plantas alimentícias brasileiras, com degustação de sucos de frutas nativas. No entanto, na edição de inverno, os Territórios foram apresentados por chefes renomados cozinhando pratos típicos durante o evento, aos modos tradicionais de preparo, ao mesmo tempo conversando e interagindo com os visitantes, transmitindo conhecimento histórico, tradição, memória e cultura.



Mesmo que apresentados sob a perspectiva contemporânea, os Territórios respeitam um processo que se desenvolveu num passado [...] com características e extensões definidas a partir de dinâmicas econômicas, populacional, cultural e ambiental que lhes deram origem (FEIRA VIVA, 2017).

Portanto, os Territórios foram: Terra preta de índio – cozinheiro André Mifano, Tradição Nordeste – cozinheiro Rodrigo Oliveira, Caiçara – cozinheiro Eudes de Assis, Caipira – cozinheiro Rafa Bocaina, Vales e Veredas – cozinheiro Mário Portella e Campanha Gaúcha – cozinheiro Rômulo Morente.

Entre todos esses espaços que compuseram a programação das edições do Festival Feira Viva, evidencia-se, o conceito de que os produtos regionais podem ser identificados por sua extrema qualidade e sabor, que os produtores artesanais são os responsáveis pela boa alimentação e parceiros de chefes de cozinha que tem como função transformar o bom insumo em um prato, e que o terroir brasileiro apresenta peculiaridades surpreendentes ao que se refere ao valor nutricional e o sabor em variados alimentos.

O Festival Feira Viva tem sua realização por meio da SRB e patrocinador oficial o Banco Santander. Recebendo o apoio das empresas: Futuro Florestal, Cervejaria Colorado, Ama – Água Mineral da Ambev, Marcenaria Paralela, Fábrica de árvores e Soul Kitchen; e apoio institucional do Instituto Coruputuba, Artesol, IED, Governo do Estado de São Paulo, Secretaria de Agricultura e Abastecimento e o Sistema Ambiental Paulista. A comunicação foi realizada pelo Estúdio Contém, a produção pela 55 Eventos, a cenografia pela Bueno Arquitetura



Cenográfica e a assessoria de imprensa pela Deniblochcomunicação. E sua divulgação é realizada via facebook, instagram e website do festival.

## **METODOLOGIA**

A presente investigação qualitativa, exploratória e descritiva, teve como objetivo compreender a atuação dos pequenos produtores artesanais no processo de criação do conceito do Festival Feira Viva e suas percepções sobre a valorização do patrimônio cultural alimentar.

Para tal, foi realizada uma pesquisa em fontes primárias e secundárias, além da observação direta e entrevistas com 22 expositores do Festival Feira Viva, edição de Verão, no dia 24 de fevereiro de 2018. Para as entrevistas foi elaborado um questionário semi-estruturado composto por 16 questões (13 questões fechadas, 2 questões semi-abertas e 1 questão aberta).

Participaram da Feira Viva 30 expositores, porém, considera-se para essa pesquisa a colaboração de 22 expositores, sendo eles: Amorim Cafés Especiais, Arroz Alto do Marins, Atelier dos Pomares, Azeite Oliq, Azeite Taguá, Azeite Villela, Carne na Lata Xavante, Della Terra Queijos Artesanais, Domus Pepper, Futuro Florestal, Ibá Chocolates, Instituto Auá, La Conserveria, Maria Preta Jabuticaba, Muriqui, Naiah Jardim Botânico Restaurante, Pardinho Artesanal, Queijaria Rima, Queijo Fazenda Canastra, Quilombos do Vale do Ribeira, Refúgio do Shiitake e Rota da Liberdade.



Diante do exposto, para os dados apresentados foi considerado o universo de 22 expositores respondentes como 100% da representatividade.

## **FEIRA VIVA OU VIVA A FEIRA?**

Para esse trabalho, de acordo com seus objetivos, selecionou-se parte dos resultados obtidos com o estudo realizado com os produtores artesanais do Festival Feira Viva.

Portanto, com o objetivo de compreender o universo geral dos expositores, buscando diferenciar quantos expositores eram os próprios produtores e quantos eram colaboradores, perguntou-se: Você é o produtor ou o colaborador? Assim, identificou-se que, 68% dos que trabalharam nos stands, eram os próprios produtores e que 32% eram colaboradores. Peculiaridade que agrega valor sociocultural e ambiental ao evento, já que, a troca de experiência e intercâmbio cultural ocorre de forma natural, diretamente com os envolvidos no processo de produção e processamento do alimento ou produto artesanal.

Com a intenção de caracterizar os indicadores motivacionais para a participação na Feira Viva, solicitou-se aos expositores que escolhessem três opções entre: Realizar negócios com restaurantes/lojas; Realizar negócios com o consumidor final; Divulgar o patrimônio cultural alimentar; Divulgar a tradição; Divulgar produtos; Outros - Especifique.

Dessa maneira, um total de 23% dos expositores expressou que as principais motivações são de realizar negócios com restaurante/lojas e



também com o consumidor final. E 20% está motivado a dar a conhecer seus produtos (Tabela 01). Esses indicadores ressaltam a dificuldade dos produtores em inserirem seus produtos artesanais no mercado, dependendo apenas das vendas realizadas nas próprias regiões. Assumindo a Feira Viva, um papel importante nesse processo de democratização e popularização dos produtos, aproximando os produtores dos consumidores.

O indicador divulgação do patrimônio cultural alimentar representa 17% e a divulgação da tradição 13%, índices expressivos que retratam o reconhecimento do produtor em relação ao modo de fazer, as tradições familiares, os hábitos à mesa, a valorização do campo e do consumo responsável, além do reconhecimento do festival Feira Viva como uma ferramenta propagadora de valores socioculturais (Tabela 01).

Um total de 4% respondeu a opção outros, porém, não especificaram a resposta conforme solicitado (Tabela 01).

**Tabela 01: Indicadores motivacionais de participação dos produtores no Festival Feira Viva.**

INDICADOR MOTIVACIONAL	%
Realizar negócios com restaurantes/lojas	23%
Realizar negócios com o consumidor final	23%
Divulgar o patrimônio cultural alimentar	17%
Divulgar a tradição	13%
Divulgar produtos	20%
Outros	4%

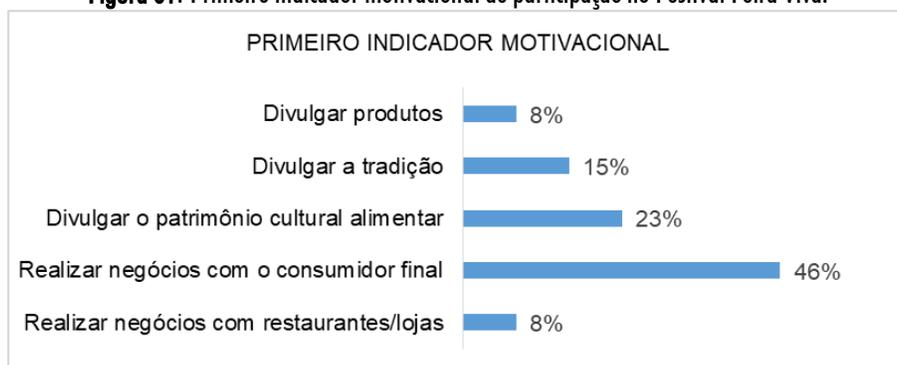
Fonte: Autores, 2018.

Requeru-se aos respondentes que enumerassem de 1 a 3 (de acordo com o grau de motivação), os indicadores apresentados na tabela 01, ou seja, as três principais razões para participar como expositor da Feira Viva. E dados apontam com 46% que a principal motivação dos



expositores é de realizar negócios com o consumidor final, por meio de um comércio justo, ofertando produtos de qualidade, seguindo padrões sociais e ambientais sustentáveis, e que o consumidor valorize e respeite esses aspectos. Resultando em um impacto sociocultural, fortalecimento de técnicas, produtos e tradições alimentares (GET'Z, 1997; HALL, MITCHELL, 2000; HALL, SHARPLES, 2008).

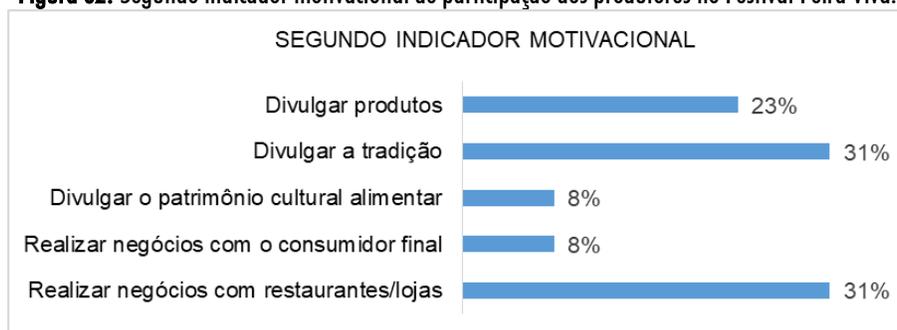
**Figura 01:** Primeiro indicador motivacional de participação no Festival Feira Viva.



Fonte: Autores, 2018.

Ao que se refere ao segundo indicador motivacional, 31% dos expositores apontaram realizar negócios com restaurantes/lojas e em igual proporção, ou seja, outros 31% indicaram divulgar a tradição (Figura 02).

**Figura 02:** Segundo indicador motivacional de participação dos produtores no Festival Feira Viva.



Fonte: Autores, 2018.



O terceiro apresenta em igual proporção, com 23% cada, os indicadores divulgar o patrimônio cultural alimentar, realizar negócios com o consumidor final e o de realizar negócios com restaurantes/lojas (Figura 03).

**Figura 03:** Terceiro indicador motivacional de participação dos produtores no Festival Feira Viva.



Fonte: Autores, 2018.

Destaca-se, que o indicador motivacional varia de acordo com a percepção de cada expositor, porém, notabiliza-se que existe uma mescla interessante para ser refletida, que é o misto entre as motivações comerciais (materiais), associadas diretamente a realização de negócios e divulgação de produtos; com as motivações afetivas (imateriais), ligadas a divulgação do patrimônio alimentar e da tradição. É por meio da gastronomia que uma sociedade manifesta suas características culturais (SCHLÜTER, 2006). Portanto, esse dado é importante para o norteamento da permanência do conceito idealizado para o evento. É evidente que, grande parte dos expositores se sentem valorizados e gloriosos de seus trabalhos ao expor nesse festival. Os autores O'Sullivan e Jackson (2002), apresentam que o festival gastronômico



tem a função de revelar conhecimentos, saberes e tradições, como o festival Feira Viva.

Visando compreender a motivação e a satisfação do expositor perguntou-se: Você já esteve presente como expositor em quantas edições da Feira Viva? Comprova-se que 73% dos expositores já participaram anteriormente de outras edições da Feira Viva e que 27% dos expositores trata-se da primeira vez. Assim, o festival já possui participantes perduráveis, com 14% dos expositores participando pela quarta vez e em igual proporção pela quinta vez. Característica que evidencia a satisfação, o orgulho e o retorno (material e imaterial) dos expositores em participarem do evento. Do mesmo modo, revela que a organização do evento mantém as características primordiais de identidade da concepção do evento e ao mesmo tempo apresenta e insere novos expositores, oportunizando a participação de outros produtores artesanais, dinamizando a relação entre a oferta e a demanda.

Os resultados, dessa pesquisa, permitiram identificar que o Festival Feira Viva é uma ferramenta essencial para a integração de toda a cadeia produtiva alimentar, promovendo a integração entre o produtor artesanal ou rural, com o consumidor final, cozinheiros e cientistas.

Ao serem indagados com a questão: Recomendará o festival para outros produtores ou empresas? Um total de 95% dos expositores afirmou que sim, indicarão a feira para outros profissionais. E 5% não opinaram sobre essa pergunta.

Foi apresentada para os expositores a questão: Você também é expositor de outras feiras/festivais gastronômicos? E 55% afirmaram



que sim e 45% afirmou que não. Dado instigante, que apresenta para a organização da Feira Viva uma série de desafios intrínsecos, relacionados ao fato de acolher essa grande margem de expositores, que até o presente momento, expõem seus produtos artesanais apenas nesse evento, tendo, portanto, uma oportunidade única para a divulgação e inserção comercial de seus produtos. Dado esse, que também pode ser expandido e refletido, com as informações anteriores dos indicadores motivacionais de caráter material e imaterial. Tal inerente característica, institui o festival Feira Viva como uma força motriz social, cultural e ambiental inquestionável.

Os 55% dos expositores que participam de outras feiras/festivais gastronômicos relataram que participam dos eventos: Festival Taste of São Paulo, Feira TEM, Feira Calor, Feira Sabor Nacional, Festival Origem, Festival Cultura e Gastronomia Tiradentes, Feira Jardim Secreto, Feira São Paulo Saudável e Feira Epicentro, sendo que, todas ocorreram na cidade de São Paulo, com exceção do Festival Cultura e Gastronomia Tiradentes e nem todas as feiras são específicas de gastronomia/alimentação.

Visando identificar a percepção dos expositores sobre o patrimônio cultural alimentar, aqui entendido, como todos os aspectos que envolve a culinária e o alimentos (origem dos produtos, modo de produção, modo de preparo, receitas tradicionais, artefatos manuais, hábitos à mesa, costumes, tradições, patrimônio institucionalizado, nutrição, dentre outros), três questões foram apresentadas, sendo elas: Festivais como a Feira Viva auxiliam na sensibilização das tradições



alimentares? Festivais como a Feira Viva podem comunicar uma valorização da culinária brasileira? Festivais como a Feira Viva contribuem com a representação do patrimônio cultural alimentar? Em concordância, 100% dos entrevistados responderam que sim para as três questões expostas. Reiterando que o pequeno produtor artesanal se reconhece em todos esses processos de valorização e sensibilização do patrimônio cultural alimentar por meio da participação na Feira Viva.

À vista disso, os elementos culinários apresentados no festival Feira Viva, proporcionam a oportunidade de encontros autênticos com culturas diferentes (FIELDS, 2002), representando a paisagem e a cultura de um determinado local e a história e tradição de determinada família.

A conjunção dos fatores apresentados no decorrer desse estudo, permite afirmar as conexões multifacetadas relacionadas a sustentabilidade promovidas pelo festival Feira Viva. Com base nas dimensões apresentadas por Sachs (2000), o evento valoriza a dimensão ecológica: proteção a possíveis danos aos elementos naturais, o cultivo agroflorestal, produtos nativos, orgânicos e sazonais, pancos; social: equidade social, acesso a bens e direitos, inserção de coletivos como quilombolas, qualificação profissional; cultural: identidade local e regional, patrimônio alimentar, valorização de técnicas, costumes, saberes e tradições; política: democratização e participação, demografia do campo; econômica: fomento, desenvolvimento e equilíbrio econômico, dinamização entre a oferta e a demanda; Espacial: distribuição, uso adequado e equilibrado do território.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Festival Feira Viva visto a partir do olhar do expositor - o pequeno produtor artesanal - estabelece sinergias comerciais positivas. Como diferencial, apresenta o próprio produtor como expositor de seus produtos, dando a oportunidade do público visitante de conhecer detalhadamente o processo agrícola, o processamento e a formatação final do produto, assim como, os valores imateriais intrínsecos aos produtos, relativos ao cultivo e técnicas tradicionais e suas raízes históricas. Vivenciando mesmo distante do campo, a rotina do produtor, por meio de uma relação mais personalizada se comparada a outras formas de comercialização de produtos.

Os resultados apontam que os expositores são motivados a participar do festival por razões diferentes e muitos já têm uma presença recorrente. Entretanto, os dados evidenciam que quase a metade dos expositores tem como objetivo principal realizar negócios com o consumidor final. Portanto, o Festival Feira Viva, se caracteriza como um canal singular de apresentação dos produtos ao mercado consumidor, visto que, esses micro produtores, encontram dificuldades para a inserção e o reconhecimento de seus produtos no mercado convencional. As vendas proporcionam a geração de emprego e o incremento da renda nessas propriedades. Permite aos produtores conhecer de imediato as impressões do público visitante sobre o seu produto. Dessa maneira, o festival assume um papel de extrema responsabilidade em estabelecer e proporcionar essa ligação, apresentando o produtor artesanal como protagonista, interagindo com



os outros agentes da culinária brasileira, como os cozinheiros, expertos e cientistas.

Ressalta-se, que o pequeno produtor artesanal se reconhece como detentor de um conhecimento específico, seja de técnica de cultivo e produção, modo de preparo ou receitas tradicionais, hábitos e costumes, história e tradição. E se valoriza dentro do processo de salvaguarda do patrimônio cultural alimentar, reconhecendo que de certo modo é responsável pela sensibilização, comunicação e representação da culinária brasileira. E nesse sentido, as práticas culturais relacionadas ao sistema alimentário, além de autorepresentação, se materializam pelo intercâmbio cultural, definindo-se como patrimônio gastronômico (MONTANARI, 2008).

Essa experiência compartilhada entre os produtores expositores e visitantes, permite estabelecer um diálogo que transcende ao festival. Propicia a legitimação da identidade e o fortalecimento de grupos comunitários, a revitalização de tradições, conscientização de questões ambientais, culturais, éticas, de consumo responsável, de saúde e nutrição, ampliando as perspectivas culturais relacionadas ao patrimônio cultural alimentar. Tendo, o Festival Feira Viva, irrefutavelmente, uma responsabilidade intrínseca sociocultural, econômica, ambiental e política.

Portanto, espera-se que este capítulo incentive a reflexão e a discussão sobre o quanto o conceito proposto por um festival gastronômico, deva ir além de um modelo puramente comercial,



apresentando ações que reflitam impactos sustentáveis diretamente à sociedade.



### **Agradecimentos:**

A SRB – Sociedade Rural Brasileira representada pelo Sr. João Adrien, a Sra. Keila Malvezzi e ao Sr. Patrick Assumpção – idealizadores do evento Feira Viva e a todos os expositores que colaboraram voluntariamente com esse processo investigativo.

### **REFERÊNCIAS**

- CHANG, W.; YUAN, J. A taste of tourism: Visitors' motivations to attend a food festival. **Event Management**, v. 15, n. 1, 2011, p. 13-23.
- FEIRAVIVA. **Edições Feira Viva**. Disponível em: <https://www.feiraviva.com.br/>>. Acesso em: 12 dez. 2017.
- FIELDS, K. Demand for the gastronomy tourism product: Motivational factors. In: Hjalager, A.; Richards, G. (Eds.). **Tourism and gastronomy**. London: Routledge, 2002, pp. 36-50.
- FISCHLER, C. A 'McDonaldização' dos costumes. In: Flandrin, J.L.; Montanari, M. (coord). **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998, pp. 841-862.
- GETZ, D. **Event Management and Event Tourism**. New York: Cognizant Communication Corporation, 1997.
- HALL, C. M.; MITCHELL, R. We are what we eat: food, tourism and globalization. **Tourism, Culture and Communication**. v. 2, n. 1, 2000, p. 29-37.
- HALL, C. M.; SHARPLES, L. **Food and wine festivals and events around the world**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2008.
- MONTANARI, M. **Comida como cultura**. São Paulo: Senac, 2008.
- O'SUVILLAN, D.; JACKSON, M. J. Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic Development? **Journal of Sustainable Tourism**, v. 10, n. 4, 2002, p. 325-342.
- POLLAN, M. **Cozinhar uma história natural da transformação**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.
- SACHS, I. **Caminho para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2000.
- SCHLÜTER, R. **Turismo y patrimonio gastronómico**. Una perspectiva. Buenos Aires: CIET, 2006.



SRB. **Sociedade Rural Brasileira**. Disponível em: <<http://www.srb.org.br/>>. Acesso em: 01 nov. 2017.





# CONSUMIDORES ORGANIZADOS EM PROL DA SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL: conexões entre Brasil e Equador

PREISS, POTIRA VIEGAS

## INTRODUÇÃO

A modernização da agricultura gerou um intenso aumento econômico e produtivo na agricultura permitindo que atualmente tenhamos alimentos em quantidade suficiente para sanar problemas antigos como a fome e a desnutrição. No entanto, a maneira como os alimentos são distribuídos a nível global e a baixa qualidade nutricional ofertada faz com que estes problemas permaneçam uma fonte de preocupação. Em paralelo, nos anos recentes há o surgimento de uma nova forma de desnutrição vinculada ao excesso de peso. As doenças crônicas não transmissíveis e associadas à alimentação estão entre as principais causas de morte em quase todos os países da América Latina (FAO, 2017).

Em reação a tais questões, uma série de iniciativas de abastecimento comunitário tem surgido, buscando viabilizar estratégias em que a produção e o consumo são re-localizados e re-socializados, impulsionando um processo de aproximação entre diferentes atores, bem como a valorização da origem territorial e cultural dos alimentos. Há nestas dinâmicas um olhar crítico a produção de alimentos de forma intensiva e a comercialização em grande escala, em especial, devido aos impactos sociais, econômicos e ambientais que têm gerado.



Assim, estas “novas” formas de abastecimento atuam de forma paralela aos canais “convencionais” de comercialização e em dinâmicas que permitem que a produção e o consumo de alimentos aconteçam através de circuitos curtos, gerando impactos benéficos tanto para produtores como consumidores. Entre os diferentes tipos de iniciativa, este capítulo tem como foco as dinâmicas de abastecimento organizadas de forma coletiva entre agricultores e consumidores, em que consumidores têm um papel proeminente, dedicando tempo e trabalho para sua emergência e manutenção. No Brasil, tais dinâmicas têm sido chamadas de Grupos de Consumo Responsável.

Nosso objetivo nas próximas páginas é apresentar como duas iniciativas ativas na América Latina têm contribuído para a promoção da segurança alimentar e nutricional de seus consumidores. Tomaremos como ponto de análise dois casos em especial: o Movimento de Integração Campo Cidade em São Paulo (Brasil) e a Canasta Comunitária Utopia em Riobamba (Equador). Ambas experiências surgem em meados da década de 1980 e em processos de redemocratização política de seus países, quando movimentos sociais surgem em reação a um processo de precarização socioeconômica da população. Importante ressaltar que ambos os casos, são as experiências deste tipo mais antigas em atividade em seus respectivos países.

Vamos argumentar que a partir da aliança entre consumidores e agricultores são fomentados processos de segurança alimentar e nutricional e uma maior diversificação das dietas. Há ainda um incentivo a práticas alimentares mais saudáveis e processos de educação para o



consumo de alimentos locais e sazonais. Inicialmente dedicaremos uma sessão a apresentar um breve panorama sobre este tipo de abastecimento e como estas iniciativas tem se expressado na América Latina. Iremos relatar a trajetória de cada um dos casos, sua forma de organização e funcionamento. Uma sessão será dedicada para analisar os pontos de convergência e divergência na promoção da segurança e alimentar e nutricional, encerrando o capítulo com algumas considerações finais.

## **DINÂMICAS DE ABASTECIMENTO DIRETO, A SEGURANÇA ALIMENTAR E A SUSTENTABILIDADE**

Entre os diferentes tipos de fornecimento direto de alimentos (feiras, entregas em domicílio, compras na propriedade, experiências de “colha e pague” ou coletivos de compras), este capítulo tem como foco as dinâmicas de abastecimento organizadas de forma coletiva entre agricultores e consumidores, em que os últimos têm um papel proeminente, dedicando tempo e trabalho para sua emergência e manutenção. Este tipo particular de abastecimento pode ser encontrado em diferentes países, ainda que haja uma variação entre as formas de organização e identidades expressas: no Reino Unido e América do Norte, o termo *Community Supported Agriculture* (Comunidade que Sustenta a Agricultura) - CSA é frequentemente usado, na França são conhecidos como *Association Pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne* (Associações para a manutenção da agricultura camponesa) - AMAP, na Itália como *Gruppi di Acquisto Solidari* (Grupos de Aquisição Solidária).- GAS, na Espanha como Grupos de Consumo (Grupos de Consumo); no



Equador como Canastas Comunitarias (Cestas Comunitárias.) e no Brasil o termo Grupos de Consumo Responsável é o que mais tem adquirido força (HOLLOWAY et al., 2007; BRUNORI, ROSSI E MANDANDIN, 2010; SOLER et al., 2010; BRUNORI, ROSSI E GUIDI, 2011; BEKKERING, 2011; LAMINE; DAROLT; BRANDENBURG, 2012; FONTE, 2016; PREISS; CHARÃO-MARQUES, 2015). Iniciativas similares também são relatadas em outros países, especialmente se considerarmos materiais produzidos por distintas organizações da sociedade civil, mas sem fins acadêmicos ou científicos.

O principal ponto em comum entre todas estas dinâmicas de fornecimento de alimentos é o fato de serem promovidas por grupos organizados que estabelecem relações diretas entre consumidores e produtores criando uma dinâmica de lealdade e solidariedade entre quem produz e quem consome. É difícil precisar o surgimento exato destas dinâmicas, porém Mascarenhas (2007); Piccolotto (2008); Mascarenhas; Gonçalves e Bensadon (2014) argumentam que existe uma conexão com as cooperativas de consumidores do início do século XIX na Europa, inspiradas pelos socialistas utópicos como Robert Owen. Já Star (2010), defende que estas surgem em decorrência dos movimentos que emergiram na Alemanha, Suíça e Japão no final da década de 1960, reivindicando uma “Agricultura com um rosto”. De qualquer forma, é crescente o número de experiências em diferentes partes do mundo, em especial nos anos recentes.



A literatura internacional tem mobilizado uma diversidade de quadros teórico-conceituais para analisar estas dinâmicas, os mais frequentemente encontrados são: Sistemas Alimentares Locais (FEENSTRA, 1997), Cadeias Curtas de Abastecimento (MARSDEN; BANKS; BRISTOL, 2000), Redes Alimentares Alternativas - AFNs (GOODMAN, 2003; GOODMAN; GOODMAN, 2007), movimentos alimentares (HOLT-GIMÉNEZ, 2010; HOLT-GIMÉNEZ; SHATTUCK, 2011) e, mais recentemente, Redes Alimentares Cívicas (RENTING; SCHERMER; ROSSI, 2012).

Os estudos com este tipo de iniciativa no Brasil e na América Latina em geral são mais escassos. No Brasil, ha três dissertações de mestrado que abordam diferentes casos: a Rede Ecológica do Rio de Janeiro produzida por Carneiro (2012); uma análise sobre circuitos curtos em Campinas realizada por Von Zuben Tassi (2011), em que a iniciativa Trocas Verdes é abordada e a pesquisa de mestrado sobre Redes alternativas de produção e consumo de alimentos, tendo o MICC como objeto de análise, de autoria de Ferreira (2015). Também, há alguns artigos e capítulos de livros tais como: Portilho (2009; 2010) e Mascarenhas, Gonçalves e Bensadon (2014). Preiss e Charão-Marques (2015) trazem um mapeamento indicando 46 iniciativas localizadas em 33 cidades brasileiras e apresentando algumas reflexões em termos de perfil e características dos grupos.

Para a América Latina também não há uma grande expressividades de pesquisas acadêmicas, certamente os estudos no Equador são os mais proeminentes. Nesse caso, as análises têm sido



trabalhadas a partir da perspectiva da segurança alimentar (KIRWAN, 2008; GARCÉS; KIRWAN, 2009; BEKKERING; 2011). Sherwood et al., (2013) já traz uma perspectiva mais vinculada a politização do consumo. Um estudo muito recente sobre a Cooperativa La Manzana no Chile é apresentado por Blanco, Van Gastel e Lagarrigue (2017).

Talvez, essa particularidade da SAN ser mais presente para os estudos latinos se deva justamente ao fato de que os países Europeus e Norte-americanos, tendem a apresentar um contexto mais estável em termos de segurança alimentar. De acordo com a FAO (2017) a América Latina e o Caribe têm ainda 42,5 milhões de pessoas subnutridas. Conforme Belik (2003), o conceito de segurança alimentar surge após as Grandes Guerras, considerando uma Europa devastada e sem condições de produzir o seu próprio alimento, e por isso sempre buscou equacionar três aspectos: quantidade, qualidade e regularidade no acesso aos alimentos. Este conceito tem sido debatido em especial, em termos de direito civil e políticas públicas de Estado. A definição de SAN que trabalharemos é a que tem sido usada de forma mais ampla no Brasil, aprovada em 2004 na II Conferência Nacional de SAN, realizada em 2004, ou seja:

A Segurança Alimentar e Nutricional é a realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais tendo, como base práticas alimentares promotoras da saúde, que respeitem a diversidade cultural e que sejam social, econômica e ambientalmente sustentáveis (CONSEA, 2004, grifos da autora).



Maluf (2007) chama a atenção para o fato de que o conceito Brasileiro se difere da definição internacional por acrescentar o adjetivo nutricional como uma forma de sintetizar a inter-setorialidade ente as questões socioeconômicas e de saúde altamente presentes nos debates realizados no país. Os termos destacados na definição de SAN, são justamente aqueles em que centraremos nossa discussão e análise. Já a conexão entre consumo e sustentabilidade, se intensifica a partir da década de 90 com a percepção do impacto ambiental gerado pelo estilo de vida das sociedades modernas. Portilho (2010) faz uma profunda análise de como os problemas ambientais passam a ser atribuídos a um estilo de vida consumista da sociedade, levando a uma ideia de uma nova forma de consumo precisaria ser desenvolvida em que os indivíduos passassem a ter estilos de vida mais simples, menos predatórios.

A noção clássica de desenvolvimento sustentável cunhada em 1988 pela Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento é altamente relevante aqui, porque caracteriza a sustentabilidade como composta por pelo menos 3 dimensões:

Desenvolvimento sustentável é aquele que procura satisfazer as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades, significa possibilitar que as pessoas, agora e no futuro, atinjam um nível satisfatório de desenvolvimento social e econômico e de realização humana e cultural, fazendo, ao mesmo tempo, um uso razoável dos recursos da terra e preservando as espécies e os habitats naturais (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1988, p. 46, grifos da autora).



Assim as dimensões social, econômica e ecológica são estipuladas como essenciais e fomentam um debate que dará origem a expressões como “consumo sustentável”, “consumo responsável” ou ainda “consumo verde”. Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis é atualmente o objetivo de Desenvolvimento Sustentável número 12, da Agenda 2030 mobilizada pela Organização das Nações Unidas

No caso do Brasil, a influência dessa perspectiva é forte, tanto que as dinâmicas de fornecimento de alimentos por grupos organizados que estabelecem relações diretas entre consumidores e produtores tem se agrupado desde 2011 através da articulação da Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável. As dinâmicas de abastecimento direto buscam materializar estas dimensões em termos sociais dando preferência por produtores locais e de pequena escala, e em muitos casos vinculados a comunidades tradicionais ou de agricultura de base familiar de forma a valorizar e preservar conhecimentos e culturas endêmicas. Essa preferência, também reflete na dimensão econômica na medida em que fomenta a economia local e através de relações de fidelidade as dinâmicas auxiliam a manter a subsistência financeira e econômica das famílias produtoras. Evitar alimentos que percorram longas distâncias e que sejam produzidos de forma agroecologia ou orgânica, com baixo uso de embalagens são algumas estratégias utilizadas para atender a dimensão ecológica.

Mascarenhas, Gonçalves e Bensadon (2014) argumentam que a associação destas dinâmicas os movimentos de agroecologia e da



economia solidária se devem ao fato de que a última auxilia a encontrar novas formas de acesso a mercados e fornece práticas econômicas de organização auto-gestionária e horizontal; à medida que agroecologia permite práticas produtivas mais harmônicas entre humanos e natureza. De forma complementar, Caporal e Costabeber (2004) e Altieri (2015) ressaltam que pensar a produção de alimentos de forma sustentável é um processo mais do que um resultado estático, entendendo que a valorização dos modos de vida e produção dos agricultores podem fomentar diferentes potencialidades para uma agricultura ecológica.

## **O MOVIMENTO DE INTEGRAÇÃO CAMPO CIDADE**

O Movimento de Integração Campo-Cidade - MICC está localizado em São Paulo e atua na Zona leste da cidade, uma área de grande vulnerabilidade social. O MICC surgiu em meados da década de 1980, após o fim do regime ditatorial e no início do processo de redemocratização do país, tendo como marca temporal uma efervescência de movimentos sociais.

A modernização da agricultura promovida nas décadas anteriores deixou muitos agricultores sem trabalho, levando essas pessoas a permanecerem no campo em condições precárias ou a migrar para as cidades em busca de trabalho. Entre os trabalhadores rurais que ficaram, surgiram grupos organizados que lutavam pelo direito de viver como agricultores e pela democratização do acesso a terra. Esse movimento acabou depois se tornando o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem



Terra – MST, atualmente considerado o maior movimento social da América Latina.

As cidades por sua vez ofereciam oportunidades de emprego na indústria, ainda que em muitos casos, em condições de trabalho um tanto precárias. Os trabalhadores urbanos começaram a se organizar em busca da regulamentação do horário de trabalho, do salário mínimo e do direito de formar sindicatos que pudessem representá-los. Logo, as cidades se tornaram o cenário de grandes greves lideradas, especialmente, por trabalhadores metalúrgicos residentes na parte leste da cidade de São Paulo e região.

Havia ainda um terceiro grupo que na época era muito ativo tanto no campo como na cidade, a Teologia da Libertação, um movimento progressivo dentro da Igreja Católica na América Latina que incentivava a mobilização das comunidades em busca de melhoria das condições de vida. Foi através do encontro e fusão entre esses três movimentos que o MICC surgiu, tendo como motivação inicial o apoio político entre os movimentos do campo e da cidade que lutavam por direitos humanos básicos. Facilitado pelos paroquianos das igrejas localizadas na zona Leste, os moradores da cidade apoiavam as ocupações do MST mobilizando recursos como dinheiro, comida e roupas.

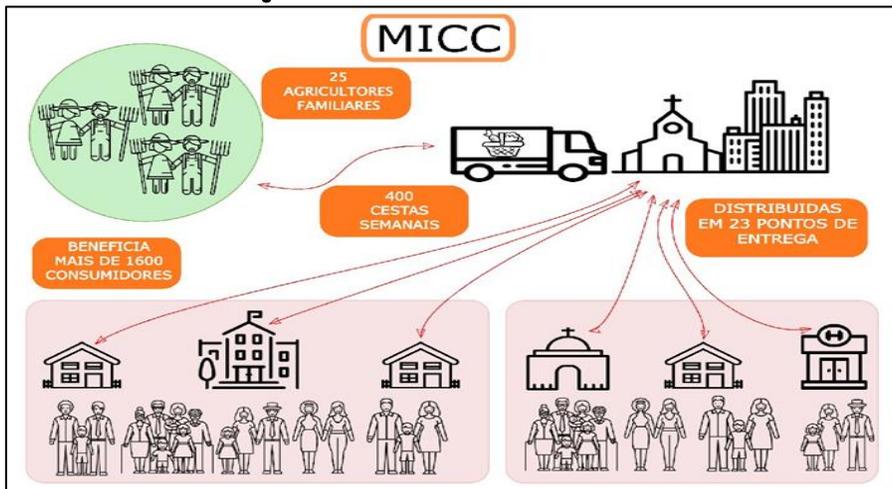
A primeira compra de alimentos ocorre somente em 1985, em uma ação colaborativa entre paróquias e vizinhos que compraram uma colheita inteira de feijão, equivalente a 30 toneladas. A mobilização foi uma reação a uma ordem judicial de despejo de um acampamento, que



além de deixar as famílias sem moradia ameaçava destruir a lavoura em questão. Após esta experiência, outras compras de alimentos foram realizadas, especialmente em épocas de colheita. Somente em 1993, após a aquisição de um veículo através de uma Campanha da Fraternidade, é que o MICC começou a oferecer as cestas semanais de vegetais, uma atividade que permanece em vigor até hoje.

Atualmente, as cestas têm cerca de oito a doze vegetais sazonais, fornecidos pela Associação de Pequenos Produtores Rurais de Ibiúna (APRI), uma associação de agricultores familiares, localizada na cidade de Ibiúna, ha cerca de 70 km de São Paulo (Figura 01). Conforme os participantes, os produtos oferecidos são “sem veneno”, uma maneira de dizer que eles são produzidos sem o uso de agroquímicos, no entanto, não possuem certificação de orgânico. A composição da cesta é escolhida pelos produtores de acordo com a disponibilidade semanal dos produtos.

**Figura 01 – Cadeia de abastecimento do MICC**



Fonte: Potira Preiss (2015).



As entregas ocorrem sempre nas quartas-feiras para 23 pontos de distribuição localizados na zona leste de São Paulo. Os pontos de distribuição incluem lugares como residências, unidades básicas de saúde (UBS), creches, ginásios, centros pastorais, templos espirituais, igrejas católicas e messiânicas (Figura 02). Devido ao número de cestas a serem entregues que beneficiam cerca de 800 unidades familiares, os pontos de distribuição foram divididos em dois grupos, portanto, os consumidores recebem seus alimentos quinzenalmente, sendo cerca de 400 cestas entregues semanalmente.

**Figura 02** – Responsáveis pelo núcleo de Gestão em frente ao entreposto do MICC no pátio da Igreja da Vila Alpina (a); Um ponto de distribuição em uma residência (b)



Fonte: Potira Preiss (2015).

As famílias que desejam receber a cesta se registram com o responsável pela entrega mais próxima de sua casa. Após o registro, a pessoa passa a receber a cesta quinzenalmente e no caso de haver algum imprevisto que exija o cancelamento da entrega, isso é feito através de um telefonema ou encontro pessoal com o responsável do respectivo ponto. O custo de cada cesta é de R\$ 14,00, segundo os participantes, equivale a um terço do que eles pagariam pela mesma quantidade em



outros canais de abastecimento local (feiras ou mercados de bairro). É importante mencionar que os consumidores pertencem principalmente a classes sociais de baixa e média renda.

A governança envolve um núcleo central responsável por supervisionar todo o processo e estabelecer a comunicação com os produtores. Cada ponto de entrega tem uma dinâmica específica, alguns envolvem um pequeno número de cestas (10-30), portanto, podem ser controlados por apenas uma pessoa que recebe os vegetais em sua própria casa e redistribui para os vizinhos. Outros, como a Igreja Vila Ipiranga ou a Igreja Vila Formosa, recebem mais de 100 cestas, de modo que pequenos grupos de pessoas são responsáveis pelo recebimento, distribuição e entrega das cestas. Tudo funciona através de consumidores voluntários, a cobrança de qualquer tipo de taxa ou retorno financeiro, é totalmente proibida. Em 2008, o MICC foi legalmente registrado como uma Associação sem Fins Lucrativos, visando facilitar a aquisição dos alimentos e a possibilidade de fornecimento de nota fiscal quando necessário. Ainda que tenha se tornado uma Associação, a sigla MICC já era bastante conhecida e por isso foi mantida apesar da nova pessoa jurídica.

Além das cestas, o MICC mantém um pequeno entreposto no pátio da Igreja Vila Alpina, onde são oferecidos produtos excedentes das cestas e produtos específicos de comunidades indígenas e quilombolas com que o MICC colabora. São ainda comercializadas farinhas, temperos e cereais, que são comprados a granel na zona cerealista de São Paulo e fracionados em pequenas embalagens. Os produtos são vendidos a preço



de custo. Também podem ser encontrados produtos preparados por um grupo de senhoras voluntárias do MICC, tais como a farinha multimistura, pomadas, vinagres caseiros, tinturas, entre outros.

O MICC promove atividades de educação, palestras e oficinas culinárias. Em especial, promove frequentemente o Curso de Alimentação Natural e Pães, uma formação de quatro meses que fornece orientações teóricas e práticas de “como se alimentar de forma saudável e econômica”, incluindo receitas de aproveitamento integral dos alimentos. Considerando o cenário brasileiro para tais experiências, o MICC se destaca como o maior e mais antigo Grupo de Consumo Responsável.

## **A CANASTA COMUNITARIA UTOPIÁ**

A Canasta Comunitaria Utopía atua na cidade de Riobamba, a capital da província de Chimborazo, na região da central do Equador, a 2.750m acima do nível do mar. É uma das maiores e mais antigas cidades do país. A origem do que hoje é chamado de Canasta Utopía remonta a 1987, com uma iniciativa criada por um grupo de famílias de baixa renda que moravam no Bairro Primera Constituinte. Estas famílias vizinhas pertenciam à mesma paróquia de uma Igreja católica que era liderada pelo Bispo Leonidas Proaño, um dos principais líderes do movimento da Teologia da Libertação no país. Inspirados pelos ensinamentos de fraternidade e ação coletiva, as famílias começaram a fazer suas compras de alimentos de forma conjunta no Mercado de San Alfonso, permitindo-lhes comprar alimentos a granel. Após as compras, o grupo



se encontrava na casa de uma das senhoras para rezar, socializar e dividir a comida entre as famílias.

O grupo que se autodenominou de Grupo Solidaridad seguiu esta prática por dez anos, quando acabou se desmobilizando. No entanto, pouco tempo depois, em 1998, algumas famílias participantes do Grupo Solidaridad se juntaram a um coletivo em formação que reunia estudantes de agronomia interessados em apoiar as comunidades indígenas através de assistência técnica – o Colectivo Utopía. A prática de compra foi resgatada, ampliando a participação de uma comunidade mais ampla, que em 2002 chegou a envolver 300 famílias de consumidores. Nessa época, decidiram formalizar sua atuação através de uma associação de consumidores chamada Fundación Utopía.

A compra coletiva de alimentos segue acontecendo. Há uma preocupação em montar uma espécie de cesta básica, que inclua os alimentos considerados essenciais para a dieta local. A estratégia acaba por envolver múltiplos fornecedores. Parte dos alimentos é comprada em acordos diretos com produtores e envolve duas Comunidades Indígenas (Tzimbuto e Basquitay Quillincocha), agricultores familiares e uma Associação de Processamento de Alimentos - ACT. A cesta é complementada com compras no Mercado Mayorista, um centro de abastecimento regional. A prioridade é dada aos produtos agroecológicos, especialmente considerando a compra direta com os produtores, mas produtos convencionais também são adquiridos em especial na compra com o Mercado Mayorista.

As cestas são entregues de forma bissemanal na rua em frente à sede da Fundación Utopía e contém alimentos suficientes para uma família de quatro a cinco pessoas por duas semanas. As cestas estão



fechadas, ou seja, a escolha dos produtos que serão entregues a cada semana é feita pela equipe de gerenciamento que procura equilibrar os produtos disponíveis de forma a ter uma variedade de vegetais, frutas, farinhas e grãos. Ao final, entre 20 e 23 itens alimentares são fornecidos ao preço de US\$ 12,00. O dólar é a moeda corrente no Equador, e ainda que convertido em reais o valor possa parecer elevado é um valor bastante acessível para as circunstâncias locais. Desse valor total US\$ 0,50 é usado para a manutenção da sede e US\$ 1,00 para um fundo coletivo. As encomendas acontecem através de uma ligação telefônica ou encontro presencial. Embora exista apenas um ponto de distribuição, a Canasta atualmente beneficia cerca de 60 unidades familiares. Os consumidores organizam-se em um sistema de rodízio para auxiliar na preparação e entrega das cestas. A Figura 3 ilustra a cadeia de abastecimento.

**Figura 03 – Cadeia de abastecimento da Canasta Comunitaria Utopía**



Fonte: Potira Preiss (2017).



No que diz respeito à governança, há um grupo de três pessoas que compõem a equipe da Fundación Utopía, sendo responsáveis por supervisionar o processo, comprando alimentos e mantendo o contato entre os consumidores. Além disso, há um núcleo de consumidores chamado Grupo Zero, cuja função é apoiar decisões logísticas e administrativas. Este grupo é eleito em assembleia, um evento que ocorre uma vez por ano. Todo o trabalho dos consumidores ocorre de forma voluntária.

Os dias de entrega são longos, começam às 6h da manhã e se estendem até o meio dia. Durante esse tempo, os produtores chegam com produtos e grupos de consumidores orientados pela equipe separam e pesam os alimentos preparando-os para a entrega. Ao longo da manhã dois lanches são compartilhados, além de muitos diálogos e danças ao som da música regional (Figura 04). Portanto, é um momento altamente social. Visitas aos agricultores são organizadas, bem como oficinas e palestras sobre alimentação saudável, segurança alimentar e economia solidária.

**Figura 04** – As agricultoras da comunidade indígena Tzimbuto preparando seus produtos para a Canasta Comunitária Utopía (a); Consumidores organizando os alimentos na rua em um dia de entrega (b).



Fonte: Potira Preiss (2015).



A Canasta Comunitária Utopía desempenha um papel importante no país, é a mais antiga iniciativa deste tipo e inspirou a emergência de outras experiências semelhantes que em 2004 formaram uma rede nacional - Red Canastas Comunitárias y Solidárias. Esta rede permitiu o enriquecimento das experiências pelo intercâmbio de práticas e valores no repertório dos grupos, como soberania alimentar, economia solidária e agroecologia. A atuação da Rede envolveu um grande reconhecimento político, resultando em um convite aos membros da Canasta Comunitária Utopía a participarem de forma ativa na redação da nova Constituição do país, lançada em 2007, especialmente no que diz respeito às leis sobre soberania alimentar e agroecologia.

Atualmente, esta Rede não existe mais, porém a maioria de seus membros ainda esta ativa e trabalhando nas mesmas causas (segurança e soberania alimentar, economia solidária, agroecologia) e outras mais, porem através do Colectivo Agroecologico. Este coletivo é bastante ativo em todo o país e trabalha para promover o consumo de alimentos locais, sustentáveis e socialmente justos. A Canasta Utopía segue atuando em colaboração com movimentos sociais, especialmente o Movimiento de Economía Social y Solidária del Ecuador - Messe, o movimento agroecológico e do movimento indígena, bem como com uma ONG que trabalha com o desenvolvimento rural, a Fundacion Ekorural.

## **AS CONEXÕES NA PROMOÇÃO DA SEGURANÇA E SOBERANIA ALIMENTAR**

Primeiramente, não podemos deixar de mencionar as interessantes similaridades que os dois casos apresentam em termos de tempo e circunstâncias com que surgem. Ambos têm o início de suas atividades em meados da década de 1980, quando os países passaram por



períodos pós-ditadura e crises econômicas estavam em vigor paralelamente ao florescimento de movimentos sociais. Além disso, há uma forte influência da Teologia da Libertação como uma incentivadora da organização comunitária e da busca pelos direitos básicos. Ainda, as duas experiências atuam com populações de média e baixa renda e apresentam dinâmicas de abastecimento que integram agricultores marginalizados dos mercados convencionais.

Considerando nosso objetivo central de refletir em como estas experiências te tem contribuído para a promoção da segurança e soberania alimentar, um ponto central é na facilitação do acesso regular aos alimentos. Tanto o MICC como a Canasta Comunitária Utopía tem há mais de 26 anos permitido que seus consumidores acessem alimentos de qualidade de forma estável e com um custo bastante econômico. A qualidade não se refere apenas em termos de sanidade e inocuidade dos alimentos, mas também por sua diversidade e valor nutricional. As evidências científicas indicam que a qualidade dos alimentos deve envolver não apenas a energia (valor nutricional) mas também uma composição variada e adequada de macronutrientes (carboidratos, gorduras e proteínas) e micronutrientes (vitaminas e sais minerais) (FAO, 2014; MALUF et al, 2014).

Ambos os casos, oferecem em suas cestas principalmente hortaliças e vegetais o que faz com que em sua composição haja a combinação dos elementos importantes para a saúde ao pensarmos a segurança alimentar. No caso da Canasta, as batatas nativas são consideradas um elemento essencial na composição da cesta (Figura 05), mas também são oferecidos outros tubérculos, além de leguminosas ricas em proteína como feijão e favas e a machica, uma farinha de cevada



tostada, um alimento tradicionalmente consumido no Equador. As bananas, consumidas tanto em sua forma verde quanto madura, em conjunto com outras frutas da estação, criam uma diversidade que possibilita cardápios variados.

**Figura 05** – Exemplo de uma cesta de alimentos comprada na Canasta Comunitaria Utopía



Fonte: Potira Preiss (2015).

Já no caso do MICC, a quantidade de itens nas cestas é um pouco menor e tende a apresentar uma maior quantidade de hortaliças. Porém, com os produtos oferecidos no entreposto os consumidores acabam tendo acesso a farinhas, cereais e frutas (Figura 06).

**Figura 06** – Exemplo de uma cesta de alimentos ofertada pelo MICC (a); a variedade de farinhas e cereais disponíveis no entreposto (b) e a feirinha com os produtos excedentes dos agricultores em que frutas e outras variedades de verduras são comercializados (c).



Fonte: Potira Preiss (2015).

Outra particularidade que se aplica a ambos os casos é que além das terem entregas quinzenais, a escolha dos produtos não é feita pelos consumidores, assim ha um risco de que se receba alimentos



desconhecidos ou indesejados. Isso leva os consumidores a conhecer novos alimentos e aprender novas receitas culinárias, mas também a desenvolverem o gosto (paladar) por diferentes comidas. Alguns depoimentos ilustram a questão:

Uma coisa boa é que tinham produtos que não comíamos e agora comemos. Por exemplo, zapallo, abobrinha... Eu não estava acostumada a comprar isso e também não sabia como fazer. O alho poro eu não conhecia e aprendi a gostar! As batatas são tão diferentes, pela cor eu posso ver que elas são diferentes das do mercado e eu adoro elas! (Merci, Canasta Comunitaria Utopía, Equador)

O MICC nos força a aprender coisas, por exemplo, jiló, você prepara da maneira que sua mãe te ensinou. Então você começa a ter jiló o tempo todo e não sabe o que fazer. Daí você sai e pergunta para os amigos, colegas, sua família, todo mundo “como você cozinha jiló?” E aí você aprende novas maneiras de fazer. Mesmo o repolho que é uma coisa mais comum! Um dia eu olhei para minha geladeira e tinha seis repolhos lá, eu pensei “Jesus, o que eu vou fazer com tanto repolho?” Eles eram enormes e eu só conhecia uma maneira de preparar. Então eu comecei a perguntar para as pessoas que vinham pegar suas cestas e elas me ensinaram novas receitas. Tem uma salada que você usa açúcar e vinagre e faz o repolho ganhar vida! Meus filhos adoram e eles não comiam repolho antes, porque eu simplesmente fazia da mesma forma que eu aprendi com minha mãe. Então o MICC obriga as pessoas a conversar! É muito bom nesse sentido. E eu recebo muitas coisas que eu nunca compraria, eu costumo comprar o que está no meu hábito, o que é mais fácil. Mas quando esta comida diferente vem, eu tenho o novo na minha frente! (Carmo, MICC, São Paulo, Brasil).

Assim, tanto o MICC como a Canasta Comunitaria Utopía tem uma preocupação não só em ofertar estes alimentos inéditos a dieta dos



consumidores, mas também em dar o conhecimento necessário para que saibam prepará-los. No caso específico do MICC, conforme mencionada há um Curso de Alimentação Natural e Pães (Figura 38), que é oferecido a instituições ou grupos interessados, necessitando apenas de um espaço para as práticas de cozinha. O currículo combina atividades teóricas e práticas sobre como comer de forma saudável e economicamente, receitas para o uso integral de alimentos como folhas e caules e diferentes técnicas de cocção de legumes. O curso é ministrado por Dona Elza, uma das fundadoras do MICC, que afirma que o público principal é geralmente formado por mulheres. Um manual foi desenvolvido e impresso com o apoio da Caritas, da Campanha da Fraternidade, da Conferência Episcopal Nacional do Brasil (CNBB), do Conselho Nacional das Igrejas Cristãs (CONIC) e da Fundação Luterana de Diaconia (FLD).

A Canasta Comunitaria Utopía não oferece um curso propriamente dito, mas distribui uma apostila com receitas a todos os participantes. O livreto chamado “Recetas por la Soberanía Alimentaria” (Receitas para a Soberania Alimentar) produzido pelo Movimiento de Economía Social y Solidaria del Ecuador - MESSE com o apoio da Fundación Utopía e outras organizações. O livro faz parte da Campanha Nacional “Comer rico, saudável e de nossa terra” do Colectivo Agroecológico e traz como subtítulo a frase “Recuperemos nossos alimentos e celebremos a vida”. Além disso, as trocas de receitas também acontecem de forma informal, através da interação entre os próprios participantes.



Trocamos muito! Houve uma situação de uma senhora que sua mãe faleceu e ela não sabia nem o nome das coisas! Não sabia como preparar nada! Quem buscava a cesta era a mãe, mas acho que ela era muito austera e nunca deixava a filha se envolver com nada. Então com a morte da mãe ela estava perdida! Então eu peguei ela e a irmã, levei para a minha cozinha e dei uma aula: isso é couve, isso é alface, isso come cru, isso refoga, fiz uma vez, fiz duas. São professoras aposentadas, então não eram novas. E hoje elas já pegam 4 cestas, porque também levam para o irmão e a vizinha. Então é assim, você faz o convite e se a pessoa está aberta ela entra e ela aprende! Eu acho muito gostoso (Carmo, MICC, São Paulo, Brasil).

No dia da entrega a gente sempre aprende muito. Enquanto estamos ali pesando e organizando as cestas, conversamos com as companheiras e trocamos receitas. Também se aprende com os lanches. Eu também adoro a machica para fazer coladas e eu aprendi isso com a Morita! O arroz também foi ela que me ensinou a fazer (Merci, Canasta Comunitaria Utopía, Equador).

A diversidade tende a levar os consumidores a práticas alimentares promotoras da saúde, outro elemento chave para o conceito de SAN. Lang e Caraher (2001) argumentam que, como sociedade, estamos vivendo uma 'transição culinária', no qual as habilidades para preparar alimentos estão mudando. Há para estes autores uma erosão destes conhecimentos que afeta de forma negativa a saúde e o bem-estar das pessoas. Isso está relacionado não só as “facilidades” que a industrialização de alimentos traz e a ampla oferta de fast foods, mas também porque há um fenômeno contemporâneo em que as pessoas tendem a comer mais fora de suas casas (SCHUBERT; SCHNEIDER; MÉNDEZ, 2017). Lyon et al. (2011) também chama a atenção para o



fato de que há um declínio intergeracional na transmissão de habilidades básicas de cozinha. Isto é justamente exemplificado no caso das irmãs que perderam a mãe. Além dos contextos domésticos, a escola que em muitos países teve um papel importante no ensino de habilidades básicas de cozinha, tem de forma geral retirado este tipo de atividade de seus currículos (STITT, 1996).

James (2008) estabelece conexões diretas entre o declínio de habilidades culinárias e o desenvolvimento de dietas de baixa qualidade nutricional e doenças relacionadas a hábitos alimentares. Em termos gerais, as pessoas afirmam que após se engajarem nas dinâmicas de abastecimento, suas habilidades de cozinha tendem a melhorar e elas passam a comer mais em casa. Hartmann, Dohle e Siegrist (2013) afirmam que desenvolver habilidades culinárias não apenas ajudam as pessoas a encontrar orientações nutricionais, mas também permitem que as pessoas façam escolhas alimentares mais saudáveis e totalmente vinculadas as suas culturas.

O último elemento central ao conceito de SAN, refere-se a preocupação com a sustentabilidade social, econômica e ambiental aos quais os alimentos estão associados. A dimensão socioeconômica nos parece estar sendo trabalhada com o próprio público a quem os alimentos beneficiam, famílias de classes trabalhadoras como já mencionado. No entanto, há que se considerar também que ao se vincular a produtores organizados e de pequena escala, as experiências também ajudam a fomentar a renda destas famílias de agricultores. Há ainda, um processo de valorização dos conhecimentos locais e as culturas alimentares.



Economicamente, os recursos investidos na compra desses produtos acabam alimentando as economias locais e contribuindo para a reprodução dos atores envolvidos. Os dados corroboram o trabalho de Brunori et al. (2010) com iniciativas similares na Itália, pois há benefícios mútuos a produtores e consumidores ao eliminarem intermediários, atividades e materiais desnecessários (por exemplo, longos períodos de armazenagem, embalagem, rótulos, entre outros). Em termos ecológicos, a proximidade da cadeia de abastecimento significa que os produtos viajam curtas distâncias entre produção e consumo. Além disso, ainda que os produtos em ambos os casos não sejam certificados há uma preferência por alimentos produzidos sem o uso de agrotóxicos o que auxilia os agricultores a se envolverem em um processo de transição produtiva.

Apesar de não ser o foco do texto, nos parece relevante mencionar que os processos de governança compartilhada e a mobilização política presente em ambos os casos indicam a busca dos consumidores por um papel ativo na definição de suas dietas e formas de abastecimento. Assim, é importante considerar que as contribuições das experiências aqui apresentadas talvez se estendam além da SAN e também abarquem elementos de soberania alimentar. O aprofundamento de tal questão é tema para um artigo em específico.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O capítulo aqui apresentado teve como foco discutir como um tipo específico de dinâmica de abastecimento direto em vigor na América Latina tem contribuído para viabilizar a segurança alimentar e nutricional de seus consumidores. Os casos analisados demonstram muitos pontos



de convergência em relação a sua origem e ambos são as experiências deste tipo mais antigas em seus respectivos países, estando ativas há mais de 25 anos. As contribuições para a segurança alimentar e nutricional de seus consumidores é analisada em um sessão específica, em que 4 elementos chave da SAN são considerados: acesso regular, qualidade, fomento a práticas alimentares promotoras da saúde e o respeito diversidade cultural.

As experiências facilitam o acesso a alimentos de qualidade, à medida que em também promovem práticas saudáveis e reflexões amplas sobre o que significa uma comida segura e sustentável. Destaca-se que a partir do engajamento nestas dinâmicas de abastecimento, os consumidores tentem a ter uma maior diversificação de suas dietas, passam a cozinhar mais em casa e recebem informações e estímulo para consumir alimentos locais e sazonais. Além disso, pelo perfil dos atores envolvidos e as praticas produtivas incentivadas argumenta-se que há também um fomento a processos sustentáveis em suas três principais dimensões: social, econômica e ambiental. Por fim, a forma de gestão comunitária, a governança compartilhada, somada a mobilização política que ambas experiências promovem podem ainda indicar um processo de busca por soberania por parte dos consumidores frente a suas dietas e formas de abastecimento.



## REFERÊNCIAS

ALTIERI, Miguel. Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável. 5. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2015.

BEKKERING, E. The Multiple Realities of Alternative Food Networks: An ethnography of the Canastas Comunitarias in Ecuador. 2011. 84 f. Tese (Doutorado) - Curso de Rural Development Sociology, Wageningen University, Wageningen, 2011.

BELIK, Walter. Perspectivas para segurança alimentar e nutricional no Brasil. Saude soc. [online], São Paulo, v. 12, n. 1, p. 12-20, jan. 2003.

BLANCO, Gustavo; VAN GASTEL, Jilles; LAGARRIGUE, Andrés. Assembling Responsible Food Markets: The Case of Cooperativa La Manzana in Southern Chile. In: SHERWOOD, Stephen; ARCE, Alberto; PAREDES, Myriam. Food, Agriculture and Social Change: The Vitality of Everyday Living and Being in Latin America. London: Routledge, 2017. p. 174-186.

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, Oxford, v. 52, n. 1, p.1-30, nov. 2011.

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, Cardiff, v. 18, n. 1, p. 28-53. dez. 2010.

CAPORAL, Francisco Roberto; COSTABEBER, José Antônio. Agroecologia e Extensão Rural: contribuições para a Promoção do Desenvolvimento Rural Sustentável. Brasília: MDA/SAF/DATER-IICA, 2004. CARNEIRO, C. B. M. Compras Coletivas de produtos orgânicos e participação política: um estudo de caso da Rede. 2012. 215 f. Dissertação (Mestrado em Agricultura e Sociedade) - Curso de Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO (CMMAD). Nosso futuro comum. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 1988.

FALZON, M. Multi-sited ethnography: Theory, praxis and locality in contemporary research. Ashgate Publishing: Surrey, England, 2009.

FONTE, M. As cinco dimensões da sustentabilidade: a visão dos Grupos de Compra Solidária em Roma, Itália. In: CRUZ, F. T.; MATTE, A.; SCHNEIDER, S. Produção, consumo e abastecimento de alimentos: desafios e novas estratégias. Porto Alegre, Editora da UFRG, 2016. p. 125-152.



- FONTE, M.; PAPADOPOULOS, A. G. (Ed.). Naming food after places: food relocalisation and knowledge dynamics in rural development. Farnham: Ashgate, 2010. p. 1-35.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - FAO. Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura. O estado de segurança alimentar e nutricional no Brasil: um retrato multidimensional. Brasília: FAO, 2014.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - FAO. The future of food and agriculture: Trends and challenges. Rome, 2017.
- FEENSTRA, G.. Local Food Systems and Sustainable Communities. American Journal of Alternative Agriculture. Cambridge: Cambridge University Press, v. 12, n. 1, 1997, p. 28 - 36.
- FERREIRA, I.L. Redes alternativas de produção e consumo de alimentos: estudo de caso do Movimento de Integração Campo-Cidade (MICC/SP). 2015. [159 f.]. Dissertação (PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS EM DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE) - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, [Seropédica/RJ]
- GARCÉS, S.; KIRWAN, E. Las canastas comunitarias en Ecuador: Una apuesta por la salud, la economía y la solidaridad. Revista del Programa de Estudios Socioambientales - Flacso, Quito, v. 1, n. 5, p. 9-11, dez. 2009.
- GOODMAN, D. The quality ‘turn’ and alternative food practices: reflections and agenda. Journal of Rural Studies, Oxford, v. 19, n. 1, p.1-7, Fev. 2003.
- GOODMAN, D.; GOODMAN, M. Localism, Livelihoods and the ‘Post-Organic’: Changing Perspectives on Alternative Food Networks in the United States. In: MAYE, D.; HOLLOWAY, L.; KNEAFSEY, M. (eds.) Alternative Food Geographies: Representation and Practice. Elsevier: Oxford, 2007, p. 23-38.
- HARTMANN, C.; DOHLE, S.; SIEGRIST, M. Importance of cooking skills for balanced food choices. Appetite, Zurich, v. 65, p. 125-131. jun. 2013.
- HOLLOWAY, L.; KNEAFSEY, M.; VENN, L.; COX, R.; DOWLER; TUOMAINEN, H. Possible Food Economics: a Methodological Framework for Exploring Food Production–Consumption Relationships. Sociologia Ruralis, Oxford, v. 47, n. p. 1–19, Jan. 2007.
- HOLT-GIMÉNEZ, E. Food Security, Food Justice, or Food Sovereignty? Food First Backgrounder, Oakland, v. 16, n. 4, p. 1-4, jan. 2010.



- HOLT-GIMÉNEZ, E.; SHATTUCK, A. Food crises, food regimes and food movements: rumblings of reform or tides of transformation? *Journal Of Peasant Studies*, London, v. 38, n. 1, p. 109-144. 13 jan. 2011
- JAMES, W. P. T. The epidemiology of obesity. The size of the problem. *Journal of Internal Medicine*, Solna, Suécia, v. 263, n. 4, p. 336-352, fev 2008.
- KIRWAN, E. La canasta comunitaria: una plataforma urbano-rural para la seguridad alimentaria. *Revista de Agroecología*, Lima, v. 3, n. 24, p. 26-29, dez 2008.
- LANG, T.; CARAHER, M. Is there a culinary skills transition? Data and debate from the UK about changes in cooking culture. *Journal of the Home Economics Institute of Australia*, London, v. 8, n. 2, p. 2-14, jan. 2001.
- LAMINE, C.; DAROLT, M.; 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 and Food*, 19(3), 383-401, 2012. Disponível em: <<http://ijsaf.org/archive/19/3/lamine.pdf>>.
- MALUF, R.S.J. *Segurança alimentar e nutricional*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- MALUF, Renato Sergio et al . Nutrition-sensitive agriculture and the promotion of food and nutrition sovereignty and security in Brazil. *Ciênc. saúde coletiva*, Rio de Janeiro , v. 20, n. 8, p. 2303-2312, Aug. 2015.
- MARSDEN, T., BANKS, J. AND BRISTOW, G. Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, Oxford, v. 40, n. 4, p. 424-438, out 2000.
- MASCARENHAS, G. O movimento do comércio justo e solidário no Brasil: entre a solidariedade e o mercado. 2001. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.
- MASCARENHAS, T. S.; GONÇALVES, J.; BENSADON, L. S.. A atuação dos grupos de consumo responsável no Brasil: expressões de práticas de resistência e intercâmbios em rede. In: **ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO**, 7, 2014, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2014. p. 1 - 19.
- PICOLOTTO, E. Novos movimentos sociais: economia solidária e comércio justo. *Revista Otra Economía*, São Leopoldo, v. 11, n. 3, 2º sem. 2008.
- PORTILHO, F. Sociabilidade, confiança e consumo na feira de produtos orgânicos. BARBOSA, L.; PORTILHO, F.; VELOSO, L. (Org.). *Consumo: cosmologias e sociabilidades*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Mauad X; Seropédica: EDUR, 2009. p. 61-86.



PORTILHO, F. Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania. São Paulo: Cortez, 2010.

PREISS, P. V.; MARQUES, F. C. Tendências no movimento de re-localização alimentar brasileiro: uma análise de Iniciativas Colaborativas de Compras. *Tessituras*, Pelotas, v. 3, n. 2, p. 269-300, jul./dez. 2015.

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*, London, v. 19, n. 3, p. 289-307, jul 2012.

SCHUBERT, M. N.; SCHNEIDER, S.; MÉNDEZ, C. D. O “comer fora de casa” no Brasil, Reino Unido e na Espanha: uma revisão das bases de dados estatísticos oficiais e perspectivas para comparação. *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 25, p. 1-29, jun./set. 2017.

SHERWOOD, S. et al. Tackling the new materialities: Modern food and counter-movements in Ecuador. *Food Policy*, v. 4, n. 1, p. 1-10, mar. 2013.

STAR, A. Local Food: A Social Movement? *Cultural Studies Critical Methodologies*, Oxford, v. 10, n. 6, p. 479-490, jun 2010.

STITT, S. An international perspective on food and cooking skills in education. *British Food Journal*, London, v. 98, n. 10, p. 27-34, nov 1996.

VON ZUBEN TASSI, M. E. Certificação participativa e compra coletiva de alimentos ecológicos: redes locais construindo mercados cooperativos, um estudo na região de Campinas - São Paulo. 2011. 194 f. Dissertação (Mestrado em Agroecologia e Desenvolvimento Rural) - Curso de Agroecologia e Desenvolvimento Rural, Universidade Federal de São Carlos, Araras, 2011.

VOSSOUGH S.; GUTIÉRREZ, K. Studying movement, hybridity, and change: Toward a multi-sited sensibility for research on learning across contexts and borders. *National Society for the Study of Education*, Lion, v. 113, n. 2, p. 603-632, fev 2014.



# **AGRICULTURA FAMILIAR NA HOTELARIA: uma perspectiva para o serviço de alimentação dos hotéis de Nova Iguaçu – Rio de Janeiro**

LANÇA, VIVIANE SOARES  
MAIA PORTE, LUCIANA HELENA

## **INTRODUÇÃO**

A dinâmica da atividade turística requer uma constante troca entre os destinos de visitação, a oferta e os mercados consumidores (OLIVEIRA; DALBIANCO; VELA, 2009). Segundo Ignarra (2003), a matéria-prima do produto turístico são os bens e serviços necessários à satisfação de clientes, tais quais: instalações turísticas, produtos alimentícios, entre outros. Relativo ao primeiro, dentre os setores que engloba, dá-se especial destaque aqui aos serviços hoteleiros como sendo possuidores de um papel muitas vezes de fomentador da atividade turística, uma vez que permite a estada até o destino e no destino.

Quanto ao segundo, focando a relação existente entre a questão alimentícia e o turismo, Corner (2004, p. 1) afirma que são dois elementos indissociáveis, “uma vez que, se torna impossível pensar em turismo sem prever a alimentação para curta ou longa permanência. Seja qual for o destino, o viajante não pode prescindir da alimentação, muitas vezes experimentando a cozinha do lugar”. É importante entender isto, à medida que o ser humano não se alimenta de calorias apenas, mas também de tradições, crenças e hábitos das mais diversas sociedades.



Pode-se ver, assim, a importância que tanto a hotelaria quanto a alimentação têm dentro do cenário turístico. Por muitos anos se falou, e ainda se fala, em qualidade nos serviços sempre buscando soluções para antigos e novos problemas surgidos pela falta de qualidade. “Em hotelaria, a qualidade do atendimento prestado constitui uma questão de sobrevivência empresarial. Na atualidade, o profissional do setor de serviços, especialmente o de hotelaria, precisa se reciclar sempre, para acompanhar as mudanças de perfil dos hóspedes” (GORINI; MENDES, 2005).

Pensando nesse contexto, volta-se o olhar mais especificamente para a atuação de ambos quando atuantes em conjunto. É o caso do setor de Alimentos e Bebidas (A&B) constituído como peça fundamental para o funcionamento de um hotel, apresentando certa complexidade na sua gestão. Principalmente, no processo de aquisição de alimentos, devido ao desafio de se conjugar preço e qualidade dos produtos.

Contudo, este desafio pode ser superado pela aquisição de alimentos da agricultura familiar local. Esta prática se configura como uma oportunidade para os hotéis, de estabelecer uma nova estratégia de marketing ao fornecer aos hóspedes produtos diferenciados e oriundos do trabalho das famílias locais, e ainda incrementar a renda dos agricultores familiares.

Neste contexto, considerando-se que no município de Nova Iguaçu, universo onde se desenvolve essa pesquisa, existe a Cooperativa de Agricultores Familiares de Agricultura Orgânica Univerde, surge o questionamento da pesquisa: Quais seriam as possibilidades,



necessidades e desdobramentos dos hotéis existentes em Nova Iguaçu utilizarem os produtos provindos da agricultura familiar local?

Assim, este trabalho teve como universo de análise todos os restaurantes dos hotéis existentes no município de Nova Iguaçu, bem como as famílias integrantes da Cooperativa Univerde. Com base nesta perspectiva, teve-se como objetivo geral da pesquisa, entender quais seriam as possibilidades, necessidades e desdobramentos dos hotéis existentes em Nova Iguaçu utilizarem em seus restaurantes os alimentos provindos da agricultura familiar local produzidos pela cooperativa Univerde.

### **Apresentando brevemente Nova Iguaçu: locus do estudo**

Nova Iguaçu faz parte da Baixada Fluminense e está situada na Região Metropolitana do Rio de Janeiro (RMRJ)<sup>12</sup>, a 29,6 Km do Município do Rio de Janeiro, núcleo metropolitano e capital do Estado. Com uma área de 521,2 km<sup>2</sup> (TCE, 2017), é o maior município em extensão da Baixada Fluminense<sup>13</sup>.

Atualmente é o terceiro município mais populoso do Estado, com uma população urbana de cerca de 787.563 habitantes e rural de 8.684 habitantes (IBGE, 2010). Segundo Pacífico, Capriles e Tinoco (2010), Nova Iguaçu é uma expressão do processo do grande adensamento urbano que suprimiu os espaços rurais da região da Baixada Fluminense como um todo. Conforme os autores, isto contribuiu para a formação de

---

<sup>12</sup> A Região Metropolitana do Rio de Janeiro foi criada pela Lei Complementar federal nº 020, de 1º de julho de 1974, após a fusão dos antigos estados do Rio de Janeiro e da Guanabara. Possui uma área de 4.686,5Km<sup>2</sup>, o equivalente a 13% da área total do Estado.

<sup>13</sup> Entende-se aqui por Baixada Fluminense a região que abrange os municípios de Itaguaí, Seropédica, Paracambi, Japeri, Queimados, Nova Iguaçu, Mesquita, Nilópolis, Belford Roxo, São João do Meriti, Duque de Caxias, Magé e Guapimirim - que, juntamente com as cidades do Rio de Janeiro, Niterói e São Gonçalo, formam a Região Metropolitana do Rio de Janeiro.



uma cidade com padrões de ocupação desigual, cuja parte periférica (que abriga a maioria dos bairros rurais iguaçuanos) “é carente de equipamentos e infraestrutura, formada por loteamentos precários implantados de forma fragmentada e por moradias” (PACÍFICO; CAPRILES; TINOCO, 2010, p. 8).

Uma realidade muito comum das comunidades de baixa renda dos municípios da região metropolitana do Rio de Janeiro é a da intercessão entre o rural e o urbano. São comunidades com seus territórios densamente ocupados, mas que tem pouca infraestrutura de saneamento, asfaltamento de ruas, iluminação e transporte público. Por outro lado, importantes referências do universo rural, como o cultivo de alimentos e a criação de animais também já não são tão comuns nestes locais. Em sua grande maioria a população adulta vive de empregos informais e tipicamente urbanos (AS-PTA, 2011, p. 1).

Neste cenário, surge em 2008 no município, a Cooperativa de Agricultura Familiar de Produtos Orgânicos – Univerde, uma organização sem fins lucrativos, formada por agricultoras e agricultores da Baixada Fluminense. A cooperativa nasceu com assessoria técnica e social do Instituto Terra de Preservação Ambiental e com apoio da Petrobras/Transpetro às famílias que se encontravam em situação de risco às margens das faixas de dutos da Transpetro, através do projeto PAF-Dutos<sup>14</sup> (UNIVERDE, 2018).

---

<sup>14</sup> *O PAF-DUTOS*, Projeto de Agricultura Familiar Agroecológica em Faixas de Dutos, consiste em cultivar hortaliças nas faixas de dutos da Transpetro e fazer a gestão de uma Agroindústria que vem funcionando como um centro de aprendizagem permanente e de referência para a Baixada Fluminense. Esta iniciativa atualmente é gerenciada pela cooperativa Univerde, seus cooperados e suas famílias das comunidades de Gerard Danom, Geneciano Luz e Figueira (que moram em torno da faixa), em Marambaia e Parque Estoril (comunidades vizinhas) no município de Nova Iguaçu e mais uma família do município de Japeri que tem sua pequena propriedade cortada pela faixa de dutos.



Nesta complexa e desigual estrutura social, espacial e econômica de Nova Iguaçu coexistem a agricultura familiar na zona periurbana do município e os complexos industriais e comerciais nas zonas centrais, que de acordo com Simões (2011, p. 2), são áreas extremamente dinâmicas, com complexos industriais derivados da expansão e desconcentração da indústria do núcleo da metrópole.

Segundo Nima (2010), em virtude de seu posicionamento geográfico, a cidade de Nova Iguaçu desempenha o papel de centro de negócios e de comércio para os municípios vizinhos, situados a oeste da Baía de Guanabara. De maneira que a cidade tem sido alvo na última década de uma ampliação no número de empreendimentos turísticos, principalmente no que concerne a meios de hospedagem.

Entende-se por meio de hospedagem os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária (BRASIL, 2008, p. 7).

O segmento de hospedagem atende à necessidade de alojamento e abrigo das pessoas que estão em trânsito ou temporariamente longe dos seus domicílios. Todavia, junto à hospedagem existem setores que complementam o serviço, a fim de bem-receber o hóspede, buscando suprir suas necessidades, como a necessidade de alimentação. É nesse aspecto que se insere o setor de Alimentos e Bebidas (A&B) da hotelaria.



O setor de A&B na hotelaria e na sua estrutura organizacional é uma das mais complexas, principalmente quanto à mão de obra e a aquisição de produtos alimentícios. Segundo Davis et al. (2012), o serviço de restaurante de hotel mudou e tem como desafio fornecer uma refeição onde e quando o hóspede quiser, com segurança e valor nutricional garantidos. Além de oferecer receitas autênticas e cardápios específicos planejado para o cliente.

Além disso, Alencar (2011, p. 21) ressalta que a escolha de serviços que apontem para sustentabilidade é uma tendência contemporânea que tem aparecido entre os principais fatos influenciadores da escolha de pessoas que buscam alimentarem-se fora de casa, em restaurantes e demais estabelecimentos, seja em relação ao mobiliário e bens que utiliza ou, ainda, a alimentos orgânicos/agroecológicos que oferece.

O Brasil Food Trends 2020 (FIESP/ ITAL, 2010) analisa dois tipos de estratégias que as empresas têm adotado para aumentar a atratividade dos produtos: o apelo ao consumo solidário e à sustentabilidade ambiental. Segundo Rego (2010), gradativamente, os consumidores estão percebendo que podem exercer sua cidadania também por meio do consumo de alimentos. Um exemplo seria a valorização de empreendimentos que adquirem alimentos provenientes da agricultura familiar, do pequeno produtor local.

Segundo o artigo terceiro da Lei 11.326 (BRASIL, 2006), agricultura familiar é aquela desenvolvida em propriedade com até dois assalariados permanentes e eventual ajuda de trabalhadores temporários,



uma vez que a mão de obra deve ser predominantemente da própria família, bem como seu gerenciamento. Além disso, a renda também deve ser originada nas atividades da propriedade.

Dado este panorama, o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) se juntou ao Ministério do Turismo (MTUR), para desenvolvimento da agricultura familiar, tendo entre seus objetivos a comercialização de produtos da agricultura familiar nos equipamentos turísticos, especialmente meios de hospedagem e alimentação e integração entre instâncias governamentais e não governamentais dos setores do turismo e da agricultura familiar (BRASIL, 2012).

Contudo, a agricultura familiar precisa estar respaldada por ações que garantam a sustentabilidade da atividade e sua competitividade, como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), criado pela Lei nº 10.696 de 2003 (BRASIL, 2003) e modificado pela lei 12.512 de 2011 (BRASIL, 2011). O PAA é regulamentado pelo decreto nº 7.775, de 4 de julho de 2012 e tem como objetivo “incentivar a agricultura familiar, compreendendo ações vinculadas à distribuição de produtos agropecuários para pessoas em situação de insegurança alimentar e à formação de estoques estratégicos” (BRASIL, 2012, p. 1). Desta maneira, o PAA atua de forma a facilitar a comercialização de alimentos agropecuários provindos de tal atividade adquirindo-os diretamente dos agricultores familiares, membros de comunidades remanescentes de quilombos, indígenas, pescadores artesanais, silvicultores, extrativistas e agricultores assentados ou empreendimentos familiares rurais.



Ainda na tentativa de inserir produtos e serviços da agricultura familiar no mercado turístico agregando valor cultural e socioambiental à oferta de turismo brasileira, também foi criado o Projeto Talentos do Brasil Rural, em 2009 como resultado do Acordo de Cooperação Técnica entre o Ministério do Turismo e o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MTUR, 2015).

### **Percurso metodológicos adotados**

Sabendo que é a partir do método que um pesquisador encontra os caminhos para a concretização dos seus propósitos e tendo em vista que para se compreender um objeto, é indispensável atentar o olhar para as condições sociais em que o estudo desse objeto se insere, os procedimentos metodológicos que fundamentaram o trabalho foram divididos em etapas.

A princípio, intensa pesquisa exploratória e descritiva para obtenção de um embasamento mais profundo a respeito da relação que a hotelaria e o setor de alimentos e bebidas têm assumido ao longo dos tempos foi indispensável para o começo dessa pesquisa. Segundo Gil (2008, p. 27), “pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado”. Enquanto as pesquisas descritivas, ainda segundo Gil (2008, p. 28) “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”.



Buscou-se ainda, através da pesquisa bibliográfica e documental em obras de caráter específico, fundamentos que dessem suporte sobre o tema, de tal forma que este trabalho pudesse contribuir efetivamente com a proposta de inserção dos produtos da agricultura familiar locais no cardápio dos hotéis do município de Nova Iguaçu.

No município de Nova Iguaçu tem quatro hotéis: três da rede Mont Blanc e um da rede Accor - o Mercure, este último na categoria quatro estrelas<sup>15</sup>. Todos estão inseridos na modalidade de apart hotel, que segundo MTur (2011, p. 2), são meios de hospedagem “constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção, limpeza e arrumação” (MTUR, 2011).

Os restaurantes dos hotéis da rede Mont Blanc (Mont Blanc Apart Hotel, Mont Blanc Suítes e Flat Mont Blanc) são de gestão própria, sendo as operações de compras do setor de A&B dos três hotéis realizadas pelo mesmo gestor. Já no hotel Mercure (rede Accor), o serviço de A&B é terceirizado, sendo atendida pelo Vila Vanilla da cadeia de restaurantes Portilho.

As etapas seguintes envolveram pesquisa de campo para a realização de entrevistas qualitativas semiestruturadas com os atores sociais envolvidos: os dois responsáveis pelo setor de A&B da rede

---

<sup>15</sup>Segundo o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem, empreendimentos quatro estrelas são aqueles que, entre outras características, possuem recepção aberto por 24h, facilidades como manobristas, bar e serviço à la carte no restaurante também são necessárias. O hotel precisa oferecer ainda um mínimo de três serviços “especiais”, como salão de beleza, venda de jornais/revistas, farmácia e *baby sitter*. Nos quartos, mini refrigeradores e mesa de trabalho também são exigências (MTUR, 2011).



hoteleira de Nova Iguaçu (sendo um da rede Mont Blanc e um da rede Accor), bem como sete agricultores familiares da Univerde.

As entrevistas foram codificadas, a fim de preservar a identidade dos participantes. As falas utilizadas estão apresentadas neste trabalho centralizadas e destacadas em itálico, preservando o uso coloquial da língua portuguesa de modo a respeitar a forma como foram utilizadas pelos entrevistados.

Assim, a terceira e última etapa do trabalho referiu-se à sistematização dos dados obtidos e elaboração do texto final. Os resultados obtidos permitiram a realização de uma intensa análise, já que os conceitos são relevantes, quando dialogados com dados empíricos, à medida que permite ao pesquisador perceber as diversas relações sociais que rodeiam o objeto. Tal qual afirmava Bourdieu (1998) ao mostrar a importância de se pensar relacionalmente como ponto de partida para a compreensão do mundo social.

A divisão cuidadosa das fases da pesquisa possibilitou ainda sistematizar e organizar o cronograma de atividades, ajudando no esmiuçar do tema, na criação e fundamentação científica da problemática. Já que a busca da análise multidisciplinar torna-se cada vez mais necessária para a interpretação da evolução do setor alimentar, sobretudo para compreender os fatores implicados e, em seguida, definir estratégias e mecanismos de ação nesta área (OLIVEIRA; THÉBAUD-MONY, 1997).

O perfil dos agricultores foi analisado a partir de dois aspectos principais: social/econômico e relacionado à questão ambiental / produção.



## **Descrição Social e econômica dos agricultores cooperativados à Univerde**

A cooperativa possui uma estrutura que engloba além do diretor presidente e seu suplente, um diretor financeiro também com seu suplente, seis participantes do conselho fiscal (sendo três destes apenas disponíveis em caso de haver necessidade de ausência de um dos efetivos no cargo) e três representantes dos demais produtores. Existem ainda comissões internas que são responsáveis por trabalhos como limpeza e manutenção do galpão e da agroindústria, diretores de área específicos em cada bairro onde estão as hortas, que atuam como responsáveis pela organização da produção, e ainda aqueles que recebem a função de organizar as feiras para escoamento da produção.

Outro aspecto que se destaca no cenário da Univerde é que cerca de 80% dos cooperados são do sexo feminino. Tal fator é preponderante inclusive nas funções administrativas da cooperativa, já que quatro das cinco vagas da diretoria são ocupadas por mulheres. Segundo autores como Mazzuca, Ponce e Terrile (2003) e Diao (2003), essa é uma realidade em boa parte da América Latina, onde a maioria das iniciativas de agricultura é realizada por mulheres. Olarte (2004), afirma que as mulheres se identificam nesta tarefa porque veem a agricultura como um meio de resposta às suas necessidades práticas e como um modo de desempenharem dignamente seu papel através da produção de hortaliças e da preparação de uma alimentação diária mais saudável para sua família. A pesquisadora afirma, inclusive, que existe um preconceito cultural ainda muito presente na América Latina, entre os homens, de que “são as mulheres e as crianças que devem cuidar de hortas e de



outras tarefas domésticas” (OLARTE, 2004, p. 1), mostrando a representação das atividades agrícolas como uma extensão da casa, “do quintal”. É interessante destacar que mais de 70% das mulheres que compõem a população ativa nos países menos desenvolvidos, trabalham na agricultura (UNICAFES, 2014).

Essa grande representatividade do gênero feminino na cooperativa Univerde vai ao encontro da situação vivida atualmente no país, mostrando a tendência da maior participação da mulher nessas atividades, inclusive nos processos de gestão. São demonstrações reais de que atualmente as mulheres exercem papel fundamental não apenas na organização familiar, como também no sucesso da produção econômica do país, sendo as cooperativas e associações, ambientes onde sua presença tem se mostrado cada vez mais frequente e atuante.

Segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), a influência do gênero feminino em espaços como associações e cooperativas tem contribuído para harmonizar as diferenças, atenuar as tensões e realçar os interesses comuns (BRASIL, 2012, p. 15). “A criação de cooperativas tem sido um importante sinal do aumento do empreendedorismo das mulheres. No Brasil, 52% dos cooperados são mulheres. Essa relação mostra que as mulheres não só avançaram no mercado de trabalho, como também buscam unir-se em grupos para se desenvolverem juntas” (BRASIL, 2012, p. 1).

Outro fator importante, é que um bom contingente destes agricultores viu no plantio em faixa de dutos uma oportunidade de manter vivo hábitos e práticas culturais relacionados em grande parte ao



meio rural de origem. Enquanto outros trouxeram o contato com esta prática como herança familiar, como se pode notar nos discursos de alguns agricultores (Agricultores 03 e 05).

*“Conviver com a natureza é o que mais gosto. Sou filha de agricultores e meus pais moravam num sítio. Quando casei, meu marido e eu sempre tivemos uma hortinha no quintal de casa. Entrei no projeto por causa dele, acabou que eu gostei tanto que fiquei até hoje. Esse prazer de plantar, colher e se alimentar, trazendo de novo a origem da nossa família. Isto é muito importante para não esquecer nossa história” (Agricultor 03)*

*“Desde pequena eu só envolvida com a agricultura. Minha mãe mexia com isso, depois foi opção nossa. Sempre tive quintal em casa, agora que esse arco rodoviário passou desativou, mas nós sempre tivemos horta em casa, plantação em casa, tinha sítio muito grande. Aí o arco metropolitano passou, aí desapropriou e todo mundo teve que sair, agora poucos pro lado de lá tem sítio agora” (Agricultor 05)*

Observou-se ainda, que os grupos etários predominantes são agricultores com idade entre 40 e 59 anos, o correspondente a cerca de 67%; seguido por um índice bem menor de idosos (22% com 60 anos ou mais); 7% são jovens entre 20 e 30 anos e 4% possuem mais de 31 e menos de 40 anos. Segundo Covarrubias (2011), tais índices podem ser indicadores de maior disponibilidade de tempo para se dedicar às atividades agrícolas, como também mais um fator de contribuição para a lógica de que tais faixas etárias estão tentando manter contínua e presente a tradição de suas origens. A falta de representatividade dos jovens por outro lado, já demonstra uma possível dificuldade de interação com a atividade ou ainda uma mudança de realidade cultural tendo em vista que estes não vieram de zonas rurais. Mendes (2012)



também vem corroborar com esta temática, afirmando que atualmente as crianças e jovens têm sido induzidas a desenvolverem consciência mais reivindicatórias. Assim, ao mesmo tempo que elas têm dedicado a maior parte de seus tempos “para aprender e reivindicar uma sociedade mais humana e democrática, adultos e idosos fazem da agricultura uma atividade de lazer e de troca de experiências, em prol de uma alimentação mais saudável e em alguns casos, complemento de renda familiar” (MENDES, 2012, p. 25).

Segundo os produtores atuantes nas faixas de dutos, produzir alimentos tem significado uma série de conquistas: geração de renda, melhoria na qualidade alimentar e, em muitos casos, aquisição de saúde, como apresentado no discurso do Agricultor 04.

*“Desde que eu comecei a trabalhar pra fora comecei a ficar muito estressada. Mas mesmo assim trabalhava porque precisa e fui ficando muito doente. Duas vezes por semana meus fio me encontrava durinha desmaiada na porta de casa. Eu moro sozinha, mas às veiz eis tava tudo dormindo na casa deis, daqui a pouco eu passava mal... A última vez que eu fiquei doente, tive que ir pro Hospital da Posse<sup>16</sup>, foi quando saiu o primeiro pagamento da Faixa, os R\$100,00 do projeto. Foi na época que nós fez nossa primeira produção. Aí eu larguei a vida de diarista e desda primeira produção que eu nunca mais fui parar na Posse. A idade desse projeto tem a idade que eu não fui mais parar na Posse. Agora tenho minha vida, hoje eu vivo. Gostei muito de ter entrado porque sai da casa de família. Da última veiz que eu fui no médico, ele falou pra mim: – Continua trabalhando na horta porque faz muito bem pra senhora – E aí eu contei pra minha fia quando cheguei em casa: \_\_ nós que tá certo, o doutor disse que nós tem que trabalhar mermo lá na horta” (Agricultor 04).*

---

<sup>16</sup>Hospital Geral de Nova Iguaçu (HGNI) é popularmente conhecido como “Hospital da Posse” por estar localizado no bairro que recebe este nome. É uma unidade da rede municipal de saúde de Nova Iguaçu, cadastrado no Sistema Único de Saúde (SUS)



Tais perspectivas demonstram que a agricultura familiar quando voltada para o mercado, além de garantir uma melhoria na qualidade alimentar e nutricional daqueles que a praticam, permite que haja modificação em seus status econômico e principalmente, permite a promoção de inclusão social. No caso da Univerde, como as mulheres são as principais responsáveis pela produção, o tempo de sociabilidade promovido pelas práticas da agricultura acaba sendo bem representativo, já que as agricultoras gastam grande parte do seu tempo com o cultivo.

Com a agricultura familiar, agricultores que se encaixavam no perfil de grupos vulneráveis ou excluídos se transformaram em atores locais ativos pela luta de melhoria da qualidade de vida. Dos agricultores estudados, 75% possuem renda entre meio e um salário mínimo e não concluíram o ensino fundamental.

Segundo Monteiro et al. (2008), as taxas de desemprego na região dos dutos são muito altas. De acordo com os agricultores, para muitas famílias há restrições orçamentárias para a aquisição de gêneros básicos como alimentos, remédios, vestuário, entre outros. Quanto a isto, a maioria dos chefes familiares cujas esposas atuam na horta comunitária, não possui vínculo empregatício e, portanto, se mantêm a partir de serviços informais (sendo a maior incidência de pedreiros).

Segundo Mazzuca, Ponce e Terrile (2009, p. 91), esse fato é uma realidade em tempos de crise para os habitantes das zonas intraurbanas, “quando os homens e as mulheres se veem excluídos do mercado de trabalho, as mulheres são forçadas a desempenharem papéis produtivos (visando a geração de renda complementar)”. Ainda que não seja o



suficiente, a renda gerada pelas várias atividades de plantio e comercialização dá, em particular às mulheres, certa autonomia para ação dentro de suas famílias (DIAO, 2003). Assim sendo, a possibilidade de desenvolver atividades agrícolas e ainda obter lucro com ela tem demonstrado ser uma excelente solução para boa parte dos agricultores da Univerde, como se pode notar nos discursos dos agricultores 04 e 05.

*“É muito bom ter certeza de que vamos ter comida na mesa, mesmo morando na cidade. Eu costumo falar que essa região aqui não tinha nem mercado e às vezes faltava dinheiro para ir comprar em outros lugares. Por isso eu tô feliz. Antes da cooperativa, só cuidava da casa. Agora tenho minha própria independência econômica. Sem contar a saúde que conquistei para minha família. e também a melhoria de vida” (Agricultor 04).*

*“No momento eu não vivo só da agricultura porque não tá produzindo por causa das chuva... mas a realidade é que nossa renda é mais daí da horta mesmo. É assim porque a gente vive mais daí, porque meu esposo trabalha, mas as vezes fica desempregado. Por isso eu considero importante a plantação. Tanto que ele aprendeu a me respeitar. Ele num creditava no projeto, depois que ficou desempregado de novo, que a comida da nossa casa saía daqui, ele passou a respeitar e até dá uma forcinha quando pode” (Agricultor 05).*

Entretanto, observou-se na fala dos agricultores ainda sobre este aspecto, que embora a agricultura tenha dado a capacidade a eles de desenvolverem uma atividade econômica gerando rendimentos diretos e, indiretamente também permitir a geração de renda “por meio dos recursos economizados na compra de alimentos, agora produzidos pela família” (MAZZUCA; PONCE; TERRILE, 2009, p. 132), ainda não podem viver apenas dos recursos advindos dela. Tal realidade se deve ao fato de que mais da metade das famílias conseguem arrecadar apenas



cerca de um salário mínimo ou menos (entre R\$ 400,00 e R\$ 650,00) com a comercialização nas feiras, levando a uma alta instabilidade econômica e social. Por esta questão, um ou mais membros das famílias de 88% dos agricultores são obrigados a realizar outros tipos de atividades. Assim, as famílias começaram a combinar a agricultura com outras fontes de renda.

### **Descrição do perfil dos agricultores quanto à produção**

Adentrando nos aspectos específicos da produção, torna-se importante ressaltar que os agricultores da Univerde apresentam dedicada preocupação com o plantio. Por isso, periodicamente se reúnem para planejar coletivamente a produção. Assim eles definem os alimentos que produzirão de acordo com os possíveis mercados para tentarem reduzir o índice de alimentos não escoados. Tal planejamento é de extrema necessidade levando-se em consideração o dinamismo do mercado.

Coletivamente, compram os insumos e adquirem as mudas, que segundo eles ainda demanda boa parte da renda já que ainda precisam ser importadas, gerando gastos não apenas na compra como também no transporte e no desperdício de algumas delas que não se adaptam à mudança climática, já que as espécies apresentam diferentes exigências de clima. A esse respeito, inclusive, outro aspecto que foi apresentado é a demanda existente por acesso ao crédito PRONAF (Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar). Tal necessidade é sentida principalmente em relação aos gastos com o transporte tanto para



escoamento da produção quanto para o traslado das mudas, já que atualmente, fica a cargo da própria cooperativa providenciar meios para isso (Agricultor 03 e 04).

*“A gente fez uma parceria com o dono da Kombi, que já transportava pra gente. Ele mora lá perto e transporta pra gente a um preço mais “acessível”. Quem paga é própria cooperativa, não temos ajuda de ninguém, nenhum órgão” (Agricultor 03)*

*“Nós temos problema de locação de carro, da plantação, porque você sabe é muito fácil chegar e falar assim, as horta tá cheio de mato, mas quando a gente planta muito não tem escoamento. Sabe quanto tá a corrida de carro daqui lá pro Rio R\$160,00 ano passado, essa semana iria daqui para Niterói imagina ele daqui para Niterói, com frete. Nós não ia nem ganhar para poder pagar, eu falei para eles não dava porque a gente não tá com plantação suficiente para poder pagar tudo, é plantação pro ano inteiro. Ano passado cobrimos a prefeitura, cobrimos todas as feiras, mas esse ano tá um pouco fraco”(Agricultor 04)*

Verificou-se, então, que a necessidade de maior investimento é um fator limitante para o aumento da produção. Arruda (2011) ao estudar os modelos de agricultura praticados na região metropolitana do Rio de Janeiro verificou, ser esta uma realidade comum nas diversas iniciativas de desenvolvimento da atividade na região. “Em relação à qualidade de vida, os desafios estão, sobretudo, em questões que independem diretamente da atuação dos agricultores, uma vez que um dos principais problemas enfrentados é a dificuldade quanto ao transporte, o que limita o acesso à aquisição de insumos” (ARRUDA, 2011, p. 138).

Sendo assim, é imprescindível a existência não apenas de um planejamento como também de recursos que permitam produzir e



vender no tempo certo, já que a produção da Univerde é baseada em sua maior parte por hortaliças, alimentos altamente perecíveis. Sobre isto é interessante dizer que, atualmente, são produzidos pela cooperativa os seguintes alimentos: alface dos tipos crespa, lisa, americana e roxa; repolho, berinjela, cheiro-verde (salsa e cebolinha), beterraba, alecrim, manjeriço, hortelã, cenoura, couve, chicória, almeirão, rúcula e couve chinesa. Destes apenas beterraba, cenoura, cheiro verde, salsa, couve, almeirão e alface crespa são produzidos durante todo o ano, os demais são sazonais já que “o sol encurta o período de produção delas” (Agricultor 03).

Os agricultores possuem consciência sobre a importância e os benefícios do trabalho coletivo na cooperativa. Evans (2002), declara sobre as capacidades individuais não serem o suficiente para se alcançar os mesmos objetivos que são conquistados, quando analisadas as capacidades coletivas. Se essa questão for analisada juntamente com o fato de que o predomínio na Univerde é de mulheres que antes das hortas comunitárias exerciam outras funções, chegar-se-á a conclusão de que a existência de mulheres em atividades como essa, as impulsiona a assumirem papéis ativos nos assuntos comunitários, como verificado por Mazzuca, Ponce e Terrile (2009) nos Centros Comunitários de Rosário na Argentina.

Em relação ao escoamento da produção para os restaurantes dos hotéis de Nova Iguaçu, os agricultores responderam que não haveria dificuldades na visão deles, ao contrário, significaria a entrada de mais um canal de comercialização.



*“Se o que eles precisarem a gente já tiver dentro da nossa produção, vamos tirar e mandar o que eles quiserem, dá pra se adequar. Agora, se for uma demanda muito maior, a gente vai plantar de acordo com a necessidade de deles, vamos acrescentar na produção. Depende muito da quantidade, né.*”

*Hoje nós temos mais maquinário. Dava até para incluir sucos naturais nessa venda para os hotéis. Nós agora temos centrífuga industrial, filtro carbonizado pra água ser bem puríssima, freezer, geladeira, liquidificador industrial. Tudo isso nós ganhamos da UFF (juntamente com a Unisol em parceria com o Banco Santander), que apresentou nossa história e nós ganhamos o concurso Empreendedorismo do Brasil e o retorno desse concurso foi esses prêmios” (Agricultor 05).*

Ademais, os agricultores da Univerde são credenciados junto ao MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento) e certificados pela AS-PTA (Assessoria e Serviços a Projetos em Agricultura). Atualmente, a produção ainda é escoada em feiras livres em bairros próximos como Nova Iguaçu, Mesquita, Belford Roxo, além de Niterói. Além destes canais de comercialização, nos próprios bairros onde estão as hortas, a cooperativa tem pontos de venda, em frente às plantações, ficando a cargo de cada agricultor comercializar seus produtos. Este último caso se encaixa na modalidade de venda em que a busca da mercadoria é feita diretamente na propriedade onde é feita a plantação ou ainda na residência do agricultor.

*“Atualmente não estamos fornecendo pra ninguém, nem PNAE, nem PAA, fizemos o cadastro mais ainda estamos esperando a Conab chamar. Só não sei quando vai ser isso. Estamos mesmo só vendendo na Feira da Roça, feira messiânica, UFRJ e quem passa lá na horta e quer comprar” (Agricultor 03).*



Nesta perspectiva, a sinergia entre produtores e atores públicos e privados, torna-se uma importante ação participativa de planejamento estratégico e implantação de ações (STRAUCH; MENDONÇA; ROSA, 2012). Para tanto, é imprescindível a formulação de políticas nos níveis municipal e estadual com o objetivo de tornar mais efetivas as suas contribuições, fortalecendo as capacidades da agricultura familiar. Esta, por sua vez, quando reconhecida como atividade permanente e legítima terá uma forte capacidade de ser mais uma base para o desenvolvimento local.

### **A visão hoteleira: seria possível uma parceria com a agricultura familiar local?**

No Brasil ainda é pouco explorado e investido nas parcerias entre o setor hoteleiro e o segmento agrícola. Tal realidade pode ser uma vantagem para aqueles que souberem unir ambas atividades, tanto para a atração de novos clientes, como também para a relação custo-benefício-qualidade na aquisição de matérias-primas.

Neste estudo, quando indagados acerca do procedimento utilizado na aquisição das frutas e hortaliças utilizados em seus cardápios, ambos gestores afirmaram adquirir diretamente do Ceasa – Rio de Janeiro (Central Estadual de Abastecimento), devido a necessidade de conseguir comprar tais alimentos a um preço menos oneroso que no comércio local.



*“A princípio, nós comprávamos dos sacolões<sup>17</sup> que ficam próximos ao hotel. Mas com o passar do tempo, não conseguimos sustentar isso porque a frequência nos restaurantes foi caindo. O que nos fez ter menos entradas quanto a finanças. Tendo essa nova realidade, era preciso me adaptar até mesmo para garantir meu emprego, principalmente depois da abertura do Mercure. A partir de então, eu mesmo vou ao Ceasa comprar pelo menos três vezes na semana e ainda lá faço a distribuição dos alimentos que vão para o hotel de Caxias, o de Itacuruçá e os de Nova Iguaçu” (Gestor 01).*

Embora a gerente geral do restaurante Vila Vanilla, que atende a bandeira Mercure (rede Accor), tenha respondido que sua principal fonte na compra de legumes, verduras e hortaliças também seja o Ceasa, em conversa informal com outros funcionários do estabelecimento foi possível verificar que também é comum recorrer ao comércio local (supermercados) para comprar alguns desses gêneros, quando em menor quantidade.

De acordo com Cardoso (2011), a maioria das empresas da área de alimentos e bebidas nem sempre utilizam ferramentas adequadas para gerir os negócios. Diante desse cenário, cabe destacar a relevância do planejamento de compras e conseqüentemente, do controle dos custos, para a sobrevivência dos empreendimentos. Segundo Raymundo (2015), as questões financeiras fazem parte dos principais motivos que levam as empresas à falência.

Administrar compras e ter maior controle sobre seus resultados é uma forma eficiente de se manter no mercado diante da alta

---

<sup>17</sup> Os sacolões surgiram na década de 70 no estado de Minas Gerais. O seu sistema de vendas consistia basicamente em negociar diversos produtos por um preço único. O cliente colocava os produtos que desejava em uma sacola e pesava-os juntos. Essa é a origem do termo “Sacolão” que se tornou um empreendimento com vista a abastecer com produtos hortigranjeiros as populações residentes nas áreas periféricas dos grandes aglomerados urbanos. (SEBRAE, 2014)



competitividade, assim a gestão de compras entra como fator relevante para pequenas, médias e grandes empresas (ANDRADE; SANTOS; SOLIANI, 2016, p. 124-5).

Sobre isso é importante notar como é vulnerável a etapa de compras de A&B em estabelecimentos hoteleiros, já que “não é o departamento de compras que faz os pagamentos, mas é ele que negocia preços, prazos, condições de faturamento, etc. Portanto, dele dependem os custos, que são responsáveis pelo preço final” (PORTAL EDUCAÇÃO, 2012, p. 1) Esse processo deve ser extremamente criterioso, já que dele depende, em grande parte, a movimentação de dinheiro da empresa.

Outro ponto importante a se conhecer é o gasto médio dos empreendimentos hoteleiros com a aquisição de frutas e hortaliças. O gerente geral de A&B dos Mont Blanc bistrô, afirmou que em média R\$6.000,00/mês (seis mil reais por mês) são destinados para esse fim em todos os restaurantes da rede incluindo Caxias e Itacuruçá, onde segundo ele há maior consumo dos mesmos. Já a gestora do Vila Vanilla afirmou ser em média R\$3.200,00/mês (três mil e duzentos reais por mês). E ambos afirmaram adquirir mensalmente os seguintes itens: alfaces cresa, lisa e roxa, cheiro verde, manjerição, hortelã e cenoura. Além desses, o Vanilla ainda consome agrião e rúcula, enquanto os Mont Blanc Bistrô, alface americana, repolho, berinjela, alecrim, couve e chicória. Juntos, os restaurantes compram o equivalente a 85% dos alimentos produzidos pela Cooperativa Univerde.



Quando questionados se conheciam o Projeto Sustentabilidade à mesa, do governo federal, numa parceria do MDA (Ministério do Desenvolvimento Agrário) com a ABIH (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis), que busca levar os produtos da agricultura familiar para o ramo de alimentação do setor hoteleiro brasileiro, ambos disseram que apenas tinham “ouvido falar, mas que não conheciam profundamente do que se tratava”. Tais dados revelam o desconhecimento de certas políticas públicas por parte da população.

*Uma das premissas básicas de políticas públicas, a nível federal, é o conhecimento de um órgão e o reconhecimento de suas competências. Para divulgar seus trabalhos e resultados, os órgãos [públicos] utilizam como meio principalmente a Internet, mas os poucos que acessam os sites sentem dificuldades em encontrar informação básica com linguagem popular. Para as grandes massas da sociedade civil, há muito pouco sendo feito para que os órgãos sejam conhecidos e respeitados. A população fica sabendo pela mídia o que está acontecendo, mas algumas informações são transmitidas de modo distorcido (UNB, 2007, p. 2).*

Sabe-se que a possibilidade de êxito das políticas públicas depende diretamente da compreensão e participação dos atores envolvidos, já que a própria conexão entre política e economia não é automática. Por esta questão, traz-se como principal indagação deste trabalho que existe grande fator capaz de corroborar com o amortecimento das mais diversas organizações e redes de apoio à agricultura. Seria o caso da carência ou até mesmo da insuficiência de políticas públicas municipais destinadas à agricultura familiar, em conformidade com cada caso. Sendo de fato usadas como prioridade nas prefeituras, estas atitudes práticas seriam importantes quanto a redução



das temeridades inerentes à produção agrícola, capazes ainda de gerar certa segurança quanto ao acesso dessa produção a outros mercados, como os institucionais.

Finalizando os questionamentos levantados, perguntou-se aos gestores dos restaurantes participantes desta pesquisa se conheciam a Cooperativa Univerde e se haveria possibilidade de se estabelecer a parceria na aquisição dos alimentos. Ambos responderam que não haveria problemas, desde que o preço cobrado pela cooperativa fosse competitivo ao que eles já destinam para esse fim e que pudesse entregar diretamente nos empreendimentos hoteleiros semanalmente. Quanto a este aspecto, é interessante notar quão delicado é este momento da entrega da produção, pois é “no recebimento que se conferem qualidade, quantidade e preços das matérias-primas constantes da nota fiscal. Portanto, é aqui que a mercadoria comprada passa a ser de responsabilidade da empresa e se torna um ativo da mesma” (PORTAL EDUCAÇÃO, 2012, p.1).

Ainda sobre essa questão, o maior problema seria conseguir adequar a produção da cooperados à uma demanda semanal tão intensa, uma vez que a pouca demanda na visão dos gestores é mais que a quantidade produtiva pelos agricultores Univerde devido a viverem em uma realidade distinta, como se pode observar na fala a seguir.

*“Acho que o único empecilho seria os agricultores quererem entregar tão poucos produtos aqui semanalmente. Eu compro apenas cerca de 400kg de batata por semana e 300 de cenoura, por exemplo” (Gestor 01).*

O fornecimento dos alimentos para os empreendimentos hoteleiros é visto pelos agricultores da cooperativa como mais uma



alternativa para escoar a produção, ganhar visibilidade para o grupo e gerar renda, embora segundo os cooperados, seja necessário adequar a produção às necessidades dos restaurantes. Nesta perspectiva, a sinergia entre produtores e atores públicos e privados, torna-se uma importante ação participativa de planejamento estratégico e implantação de ações (STRAUCH; MENDONÇA; ROSA, 2012).

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Na impossibilidade de dar por acabado o assunto desta pesquisa, propõe-se, nesta parte do trabalho, demonstrar que todos os dados levantados, na verdade, representam apenas o começo de um assunto que no decorrer das últimas décadas no Brasil adquiriu valor nos discursos do governo federal: a agricultura familiar e seus desdobramentos. Dentro desse aspecto, entre as possibilidades de escoamento da produção local, optou-se por verificar a viabilidade e o interesse do setor hoteleiro de Nova Iguaçu em adquirir alimentos produzidos pela agricultura familiar da cidade. Afinal, assim atender-se-ia a dois aspectos: a vazante da produção e automaticamente a valorização da identidade local a partir do mesmo como estratégia de marketing sendo um diferencial frente a escolha dos consumidores.

Verificou-se que, quanto ao acesso a políticas públicas que permitam a inclusão de agricultores familiares é necessário dizer que tais questões da administração pública não se limitam às temáticas abordadas e às análises sobre cada assunto apresentado. Sendo irremissível a realidade de que é indispensável uma maior flexibilidade e abrangência



quanto à oferta de informação pelas próprias administrações federal, estaduais e municipais. E, em relação à hotelaria chegou-se à conclusão de que os serviços de alimentação propostos nos meios de hospedagem possuem papel fundamental não apenas de sociabilidade, como também de impulsionador de produção, abastecimento e consumo. Sendo, portanto, um potencial mercado absorvedor dos produtos locais.

A aquisição de alimentos da agricultura familiar local pela rede hoteleira pode contribuir para a garantia da continuidade da produção local de alimentos limpos, justos e seguros, sendo um fator de influência na escolha do hóspede pelo empreendimento.

Assim sendo, esta pesquisa foi capaz de demonstrar que há interesse e é viável uma parceria entre as partes aqui envolvidas, porém quem faz a articulação entre elas? Quem são os canais de diálogo? Existe um caráter multiescalar na agricultura familiar como elemento impulsionador de políticas públicas, (embora a Univerde seja apenas um campo de análise, foi possível observar, através dela, as possibilidades de agregar valor à cozinha local que podem se estender a outras cooperativas do Brasil). Para tanto, não se pode dispensar, todavia, o papel do Estado na formação de mercados consumidores, uma vez que ele mesmo poderia criar alternativas para escoamento da produção. Por exemplo, tornar mais conhecido e abrangente o próprio projeto “Sustentabilidade à mesa”, impulsionando assim o maior interesse dos meios de hospedagem em adquirir os produtos da agricultura familiar local.



Dada a importância do tema, considera-se que muito há ainda que percorrer no campo da averiguação nesta área sendo, portanto, um campo fértil para futuras investigações.



## REFERÊNCIAS

- ALENCAR, A. Alimentação orgânica na hotelaria, uma tendência que chegou para ficar. Revista Hotéis [online], Especial, v.9, n.99, maio 2011. Disponível em:< <http://www.revistahoteis.com.br/Alimentacao-organica-na-hotelaria-uma-tendencia-que-chegou-para-ficar/>>. Acesso em: 22 junho 2018.
- ANDRADE, H.M.T.; SANTOS, J.E.; SOLIANI, R.D. Relevância da gestão de compras e estoque como um fator importante para a competitividade empresarial: estudo de caso em uma pizzaria de Bebedouro-SP. Revista Executive On-Line, v.1, n.1, p.120-135, 2016.
- ARRUDA, J.; MALUF, R.S.J.; DUTRA, P.G.; GRIPP, R.J.; SOUZA, R Identificação do Perfil dos Atores Sociais que Participam ou Estimulam Ações de Agricultura Urbana Relevantes no Município do Rio de Janeiro, Brasil. Engenharia Civil UM (Braga), v. 40, p. 51-62, 2011.
- AS-PTA - ASSESSORIA E SERVIÇOS A PROJETOS EM AGRICULTURA. Agricultura Familiar e Agroecologia. Mulheres agricultoras geram renda e produzem alimentos de qualidade na Baixada Fluminense. Disponível em:< <http://aspta.org.br/2011/05/mulheres-agricultoras-geram-renda-e-produzem-alimentos-de-qualidade-na-baixada-fluminense/>>. Acesso em: 22 maio 2018.
- BOURDIEU, P. O Poder Simbólico. 2.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- BRASIL. Decreto nº 7.775, de 4 de julho de 2012. Regulamenta o art. 19 da Lei no 10.696, de 2 de julho de 2003, que institui o Programa de Aquisição de Alimentos, e o Capítulo III da Lei no 12.512, de 14 de outubro de 2011, e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 05 jul. 2012. Disponível em:< [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2012/Decreto/D7775.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Decreto/D7775.htm)>. Acesso em: 1 junho 2018.
- BRASIL. Lei nº 10.696, de 2 de julho de 2003. Dispõe sobre a repactuação e o alongamento de dívidas oriundas de operações de crédito rural, e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 07 jul. 2003. Disponível em:< [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/2003/L10.696.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2003/L10.696.htm)>. Acesso em: 1 junho 2018.
- BRASIL. Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 25 jul. 2006. Disponível em:< [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2006/Lei/L11326.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11326.htm)>. Acesso em: 10 junho 2018.
- BRASIL. Lei nº 12.512, de 14 de outubro de 2011. Institui o Programa de Apoio à Conservação Ambiental e o Programa de Fomento às Atividades Produtivas Rurais; altera as Leis nºs 10.696, de 2 de julho de 2003, 10.836, de 9 de janeiro de 2004, e



11.326, de 24 de julho de 2006. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 17 out. 2011. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2006/Lei/L11326.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11326.htm) >. Acesso em: 10 junho 2018.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Lei nº 11.771, de 17 de Setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 18 set. 2008. Disponível em: < [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm) >. Acesso em: 15 junho 2018.

CARDOSO, J. F. Custos e preço de venda: um estudo em restaurantes à la carte. Revista Hospitalidade, v.8, n.2, p.103-120, 2011.

CORNER, D.M.R. A Gastronomia Étnica no Turismo Gaúcho. Patrimônio: Lazer & Turismo: Revista eletrônica COEAE, março, 2004. Disponível em: < <http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/artigosaf12.html?cod=1&bibliografia=1> >. Acesso em: 23 maio 2018.

COVARRUBIAS, J.D.R. Agricultura Urbana em Porto Ferreira/SP: Mapeamento, Caracterização e Tipificação. 2011, 299f. Dissertação (Mestrado em Agroecologia e Desenvolvimento Rural) – Curso de Pós Graduação em Agroecologia e Desenvolvimento Rural, Universidade Federal de São Carlos, Araras, São Paulo, 2011.

DAVIS, B.; LOCKWOOD, A.; PANTELIDIS, I.; ALCOTT, P.; YASOSHIMA, J.R. Gestão de alimentos e bebidas. Ed.compacta. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DIAO, M.B. Mulheres e agricultura periurbana na zona de "Niayes", no Senegal Revista de Agricultura Urbana, v.12, p.29-30, 2004. Disponível em: < <https://www.ruaf.org/women-and-periurban-agriculture-niayes-zone-senegal> >. Acesso em 16 abril 2018.

EVANS, P. Collective capabilities, culture, and Amartya Sen's Development as Freedom. Studies in Comparative International Development, v. 37, n. 2, p. 54-60, 2002.

FEIL, A.A.; SCHREIBER, D. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: desvendando as sobreposições e alcances de seus significados. Cadernos EBAPE. BR, v.14, n.3, p.667-681, 2017.

FIESP/ ITAL. Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp/ITAL, 2010.

GIL, A.C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GORINI, A.P.F., MENDES, E.F. Setor de Turismo no Brasil: Segmento de Hotelaria. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 22, p. 111-150, setembro 2005. Disponível em: < [web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/2188/1/BS](http://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/2188/1/BS) >



<http://www.ibge.gov.br/censo2010/sinopse/index.php?dados=29&uf=33>. Acesso em: 05 junho 2018.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Sinopse do Censo Demográfico de 2010 – Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em:<<https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=29&uf=33>>. Acesso em: 01 maio 2018.

IGNARRA, L. R. Fundamentos do turismo. 2 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

MAZZUCA, A.; PONCE, M.; TERRILE, R. La agricultura urbana en Rosario: Balance y Perspectivas. Peru: IPES Promoción del Desarrollo Sostenible, 2009.

MENDES, F. C. Políticas e inovações para a agricultura urbana: estudo dos casos de Nova Iguaçu (Rio de Janeiro-Brasil), Rio Cuarto (Córdoba-Argentina) e Sevilha (Andalucía Espanha). 2012. 191f. Tese (Doutorado em Ciência, Tecnologia e Inovação em Agropecuária). Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, 2012.

MONTEIRO, D.; MENDONÇA, M.M.; SILVA, R.M.; FIGUEIREDO, S.C. Agricultura na Cidade e a Busca da Segurança Alimentar e Nutricional: Reflexões a Partir da Zona Oeste do Município do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: AS-PTA, 2008, 11 p.

MTUR - MINISTÉRIO DO TURISMO. Portaria nº 100, de 16 de junho de 2011. Institui o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SB Class), estabelece os critérios de classificação destes, cria o Conselho Técnico Nacional de Classificação de Meios de Hospedagem (CTClass) e dá outras providências. Disponível em:< <http://www.turismo.gov.br/legislação/?p=175>>. Acesso em: 04 junho 2018.

MTUR - MINISTÉRIO DO TURISMO. Programa Talentos do Brasil Rural. 2015. Disponível em:<<http://www.turismo.gov.br/acesso-a-informacao/63-acoes-e-programas/4888-programa-talentos-do-brasil-rural.html>>. Acesso: 30 maio 2018.

NIMA – NÚCLEO INTERDISCIPLINAR DE MEIO AMBIENTE/ PETROBRÁS/ PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA IGUAÇU. Educação ambiental: formação de valores ético-ambientais para o exercício da cidadania no Município de Nova Iguaçu. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2010. 208 p. Disponível em:<[http://www.nima.puc-rio.br/media/livroeducacaoambiental\\_nova\\_iguacu.pdf](http://www.nima.puc-rio.br/media/livroeducacaoambiental_nova_iguacu.pdf)>. Acesso em: 20 maio 2018.

OLARTE, M. Quando as mulheres decidiram cultivar suas hortas. Revista de Agricultura Urbana, v.12, n.1, p.12, 2004. Disponível em:<<https://www.ruaf.org/when-women-decided-work-gardens>>. Acesso em: 06 maio 2018.

OLIVEIRA, N. R. F.; DALBIANCO, V. P.; VELA, H.A. Saberes e fazeres de agricultores familiares: (re)significações do comer e da comida. In: XLVII



CONGRESSO DA SOBER, 2009, Porto Alegre. Anais... Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2009. p.1-20.

OLIVEIRA, S.P.; THÉBAUD-MONY, A. Estudo do Consumo Alimentar: Em Busca de uma Abordagem Multidisciplinar. Revista de Saúde Pública, v. 31, n.2, p.201-208, 1997.

PACÍFICO, A.; CAPRILES, A.H.; TINOCO, V. Os planos diretores (1997-2008) da cidade de Nova Iguaçu: uma análise do (re) ordenamento territorial do município e a questão rural. In: XX Encontro Nacional de Geografia Agrária, 2010, Francisco Beltrão-PR. Anais.Territorialidades, Temporalidades e Desenvolvimento no Espaço Agrário Brasileiro, 2010. p. 1118-1131.

PORTAL EDUCAÇÃO. Processos em Alimentos e Bebidas. 2012. Disponível em:<<http://www.portaleducacao.com.br/turismo-e-hotelaria/artigos/13341/processos-em-alimentos-e-bebidas#ixzz3JNVCD8l7>>. Acesso em: 18 novembro 2017.

RAYMUNDO, P.J. Resultados financeiros: uma análise em empresas do segmento de alimentação fora do domicílio. Gestão & Produção, v. 22, n. 2, p. 311-325, 2015.

REGO, R.A. Produtos - oportunidades para inovação. In: FIESP/ ITAL. Brasil Food Trends 2020. Cap.5.1, p.69-97. São Paulo: Fiesp/ITAL, 2010.

SEBRAE. Setor de Alimentação rende bons resultados para o Turismo. Distrito Federal: Agência SEBRAE de Notícias, 2014. Disponível em: < <http://www.df.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/DF/setor-de-alimentacao-rende-bons-resultados-para-turismo,ab216f1c2a156410VgnVCM1000003b74010aRCRD> >. Acesso em: 19 fevereiro 2018.

SIMÕES, M. R. Ambiente e Sociedade na Baixada Fluminense. Mesquita - RJ: Editora Entorno, 2011. v. 1. 358p.

STRAUCH, G. F. E.; MENDONÇA, M.; ROSA, M. C. Feiras da roça: desvelando a agricultura familiar da região metropolitana do Rio de Janeiro. Revista Agriculturas (Impresso), v. 9, p. 29-34, 2012.

TCE – TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Estudos socioeconômicos dos municípios do Estado do Rio de Janeiro. 2017. Disponível em:< [https://www.tce.rj.gov.br/estudos-socioeconomicos?p\\_auth=rgW66IxB&p\\_p\\_id=estudosocioeconomicomunicipios\\_WAR\\_tcerjestudosocioeconomicomunicipiosportlet&p\\_p\\_lifecycle=1&p\\_p\\_state=normal&p\\_p\\_mode=view&p\\_p\\_col\\_id=column-1&p\\_p\\_col\\_count=2&\\_estudosocioeconomicomunicipios\\_WAR\\_tcerjestudosocioeconomicomunicipiosportlet\\_doSearch=doSearch&\\_estudosocioeconomicomunicipios\\_WAR\\_tcerjestudosocioeconomicomunicipiosportlet\\_javax.portlet.action=doSearch](https://www.tce.rj.gov.br/estudos-socioeconomicos?p_auth=rgW66IxB&p_p_id=estudosocioeconomicomunicipios_WAR_tcerjestudosocioeconomicomunicipiosportlet&p_p_lifecycle=1&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=2&_estudosocioeconomicomunicipios_WAR_tcerjestudosocioeconomicomunicipiosportlet_doSearch=doSearch&_estudosocioeconomicomunicipios_WAR_tcerjestudosocioeconomicomunicipiosportlet_javax.portlet.action=doSearch)>. Acesso em: 01 maio 2018.



UNICAFES – União Nacional de Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária. Soberania Alimentar. Revista Cooper, n.1, v.1,p.1-32, 2014. Disponível em: [http://www.unicafesparana.org.br/uploads/informativos/68/Revista\\_Unicafes\\_CooperMais\\_versao\\_final.pdf](http://www.unicafesparana.org.br/uploads/informativos/68/Revista_Unicafes_CooperMais_versao_final.pdf)>. Acesso em: 06 maio 2018.

UNB - UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. População desconhece órgãos que combatem a corrupção. 2007. Disponível em:< [http://www.labjor.unicamp.br/midiaciencia/article.php3?id\\_article=395](http://www.labjor.unicamp.br/midiaciencia/article.php3?id_article=395)>. Acesso em 18 junho 2018.

UNIVERDE. Programa PAF DUTOS. Disponível em: <<https://univerde.cooperativa.wordpress.com/programa-paf-dutos/>>. Acesso em: 01 junho 2018.





# CAPÍTULO III

*“Novos caminhos em alimentação e  
gastronomia”*





# PRODUÇÃO CIENTÍFICA DAS PLANTAS ALIMENTÍCIAS NÃO CONVENCIONAIS

LIBERALESSO, ANDRÉIA MARIA  
OLIVEIRA, LETÍCIA DE  
SCHINAIDER, ALESSANDRA DAIANA  
SCHINAIDER, ANELISE DANIELA

## INTRODUÇÃO

Este estudo tem por objeto as Plantas Alimentícias não Convencionais, o qual integra um conjunto de discussões a cerca do tema Alimentação e Sustentabilidade. Enfatiza-se que a sustentabilidade neste contexto significa “suprir as necessidades do presente sem afetar a habilidade das gerações futuras de suprirem as próprias necessidades” (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1988, p. 46).

Neste sentido, as PANC, um tema emergente no Brasil, tem conceitos associados às discussões de novas alternativas alimentares sustentáveis para o mundo, como por exemplo, as dietas sustentáveis. As PANC integram a biodiversidade do Brasil e proporcionam uma alimentação mais sustentável, garantindo a qualidade e segurança nutricional, gerando bem-estar e saúde, bem como respeitando a cultura, é acessível, valoriza o cultivo amigável sem o uso de fertilizantes e defensivos agrícolas, contribui com a agricultura familiar e com alimentos locais e sazonais, tem baixo impacto ambiental e ainda respeita a biodiversidade (PASCHOAL, GOUVEIA, SOUZA, 2018).



Os novos padrões alimentares têm sido discutidos em diferentes esferas da sociedade e na ciência. Neste sentido, nota-se a importância de alimentos diferenciados e nutritivos e ambientalmente sustentáveis para a alimentação humana, entre esses alimentos tem-se as Plantas Alimentícias não Convencionais, ou, mais conhecidas como PANC, no Brasil. Estas plantas são aquelas que possuem uma ou mais partes ou produtos que podem ser utilizados na alimentação humana, tais como, raízes, tubérculos, bulbos, rizomas, cormos, talos, folhas, brotos, flores, frutos e sementes ou ainda látex, resina e goma, ou que são usadas para obtenção de óleos e gorduras comestíveis. Inclui-se neste conceito também as especiarias, espécies condimentares e aromáticas (KUNKEL, 1984).

As PANC são espécies de fácil cultivo e podem ser encontradas em terrenos baldios, jardins, quintais, parques, etc. e por isso são conhecidas popularmente como inço ou mato (KINUPP & BARROS, 2004). Apesar de serem pouco conhecidas na culinária pela população em geral, recentemente as PANC têm ganhado ênfase em ser uma alternativa para trazer de volta a biodiversidade no prato dos brasileiros devido ao seu potencial nutritivo (KINUPP & BARROS, 2008).

As PANC se adaptam em diferentes ambientes, nascem sozinhas ou podem ser cultivadas, podendo colaborar com o resgate dos processos vivos, denominados bioprocessos, contribuindo para a biodiversidade (KELEN et al., 2015).

A demanda por uma alimentação saudável e equilibrada em nutrientes tem sido almejada pelo consumidor contemporâneo, e é por



isso que cada vez mais há adeptos à alimentação orgânica e diversificada, a qual ainda não possui uma escala produtiva para atender o mercado atual. Devido à produção desses alimentos serem em pequena escala, os mesmos, no Brasil, têm um valor agregado de 30% sobre os alimentos convencionais. Atualmente, há 11.084 produtores no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos, gerenciado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). O banco de dados é liderado pelos estados do Rio Grande do Sul (1.554), São Paulo (1.438), Paraná (1.414) e Santa Catarina (999) (MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, 2015).

Proença (2010) destaca que o equilíbrio alimentar aparece valorizado pela conscientização da importância da alimentação na manutenção da saúde, por isso a busca pela qualidade dos alimentos reflete, além do seu valor nutricional, as preocupações com processos de produção e conservação de alimentos que valorizem tudo o que for natural. Este fato é estimulado pela consciência ecológica, refletindo em indicadores de mercado, como a ascensão dos produtos naturais e orgânicos. Proença (2010) ainda coloca que as recomendações nutricionais continuam apontando para a variedade de alimentos como principal estratégia na busca do equilíbrio alimentar. No Rio Grande do Sul, especificamente na Região Metropolitana de Porto Alegre foram identificadas 312 espécies de PANC, representando 3,5% da superfície do Estado, evidenciando que as mesmas podem contribuir para um maior equilíbrio alimentar nessa região (KINUPP, 2007).

Culturalmente, a alimentação humana é baseada em uma pequena parcela de alimentos, ou seja, mais de 50% das calorias que consumimos



provêm de no máximo quatro espécies de plantas (soja, milho, arroz, trigo) e cerca de 90% dos alimentos consumidos vêm de somente 20 tipos de plantas (estas incluem alguns cereais e vegetais). Por outro lado, tem-se uma oferta potencial de alimentos de pelo menos 30 mil plantas diferentes. A FAO, órgão da ONU, envolvido com a questão da alimentação mundial, estima que 75% das variedades convencionais de plantas alimentícias já foram perdidas (KELEN et al., 2015).

Para tanto, dado a relevância de buscar novas alternativas tanto para o cultivo quanto ao consumo de alimentos ambientalmente sustentáveis, este estudo tem como objetivo identificar as abordagens apresentadas na produção científica em relação às Plantas Alimentícias não Convencionais. Entender e filtrar o que a ciência está estudando sobre o tema pesquisado e destacar o potencial que os pesquisadores estão evidenciando em suas publicações, pode ser importante para identificar necessidades de novas pesquisas e servir de referência para outros pesquisadores construir novos estudos.

## **MATERIAL E MÉTODOS**

O presente estudo foi desenvolvido a partir de uma pesquisa bibliográfica, na base de dados internacional Scopus. A Scopus é uma base de dados multidisciplinar de artigos de periódicos acadêmicos revisada por pares (peer-reviewed), livros e anais de eventos. A base conta com mais de 21.000 títulos, incluindo 2.600 periódicos de acesso aberto, mais de 5,5 milhões de textos de eventos e mais de 370 séries de livros (SCOPUS, 2017). A base é atualizada diariamente e conta com



recursos a fim de auxiliar o usuário nas buscas realizadas no site, tais como alertas (Alerts) de pesquisas com a frequência desejada e criação de listas (Lists) para armazenar documentos durante a sessão de busca na base.

Quanto à técnica da pesquisa bibliográfica, adotou-se a revisão bibliométrica, pois permite estabelecer tendências em termos do número de publicações e citações ao longo do tempo, principais autores e obras, por meio de análise de citação/cocitações utilizadas como proxy de impacto na comunidade acadêmica (DIODATO, 1994; NEELY, 2005). Para Macedo, Casa Nova e Almeida (2007), a bibliometria ajuda a conhecer o estágio em que uma pesquisa em determinada área se encontra. Segundo Rostaing (1997), coloca que o estudo bibliométrico consiste na aplicação dos métodos estatísticos ou matemáticos sobre o conjunto de referências bibliográficas. Para Silva (2004), a bibliometria possui como objetivo analisar a atividade científica ou técnica por meio do estudo quantitativo das publicações.

Os procedimentos operacionais consistem da seguinte forma:

**(I) primeira etapa:** buscou-se as palavras-chave na base de dados Scopus. As palavras-chave foram: “edible wild plants” (planta selvagem comestível), “edible weeds” (erva daninha comestível) e “non conventional food plant” (planta alimentícia não convencional). Para a pesquisa foi utilizado agr\* AND “edible wild plants” OR “edible weeds” OR “non conventional food plant” A abreviação “agr\*” utilizada nas buscas junto com as palavras chaves tem como objetivo a pesquisa de



estudos correlacionados com agronegócios e agricultura (agribusiness e agriculture).

A pesquisa foi realizada em 28 de maio de 2018, sendo considerados todos os estudos encontrados na busca até o ano de 2017. Foram excluídos somente os estudos que evadiram o tema pesquisado, totalizando três artigos.

**(II) segunda etapa:** realizou-se a tabulação dos dados relacionados às seguintes características da etapa anterior: total de publicações, tipos de publicações, publicações por ano, principais autores dos estudos, países que concentram o maior número de publicações, objetivo central de cada estudo e as principais áreas de pesquisa.

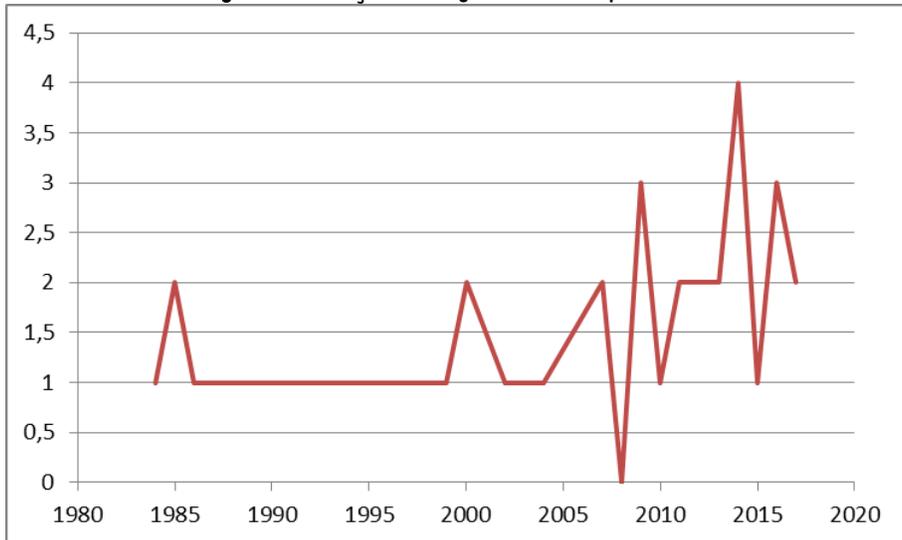
## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Ao todo, foram encontrados 31 publicações, sendo que destas, 26 estudos estavam relacionados com a palavra-chave “edible wild plants” e cinco com a “edible weeds”. Com a palavra-chave “non-conventional food plant”, obteve-se nenhum estudo publicado.

Em relação ao número de publicações por ano, a figura 1 apresenta uma quantidade menor de publicações do surgimento do tema, em 1984 até o ano de 2008 com uma média de 1,18 estudos por ano. Comparado com o período de 2009 à 2017 a média foi de 2,22, mais que o dobro de publicações, evidenciando um crescimento significativo na discussão das PANC no meio científico. Podemos identificar, também que o pico de publicações ocorreu no ano de 2014, com quatro publicações.



**Figura 1 – Evolução cronológica dos estudos publicados.**



Fonte: Elaborado pelas autoras (2018).

A valorização e a preferência por uma alimentação mais saudável por parte dos consumidores pode ter influenciado no aumento da discussão do tema das PANC nos últimos anos. A busca por uma qualidade de vida é pauta de diversas campanhas publicitárias, como meio para disseminar conceitos e conscientizar a população sobre a importância de uma alimentação nutricionalmente equilibrada e a prática de atividades físicas para a promoção da saúde (SEBRAE RS, 2018).

Percebe-se que o principal tipo de publicação é no formato de artigo científico com 81,3%, seguido por 6,3% de capítulo de livro, 6,3% de artigo de revisão, 3,1% de livro e 3,1% de artigos de conferência. Em relação aos países com maior número de publicações relacionados ao tema PANC, tem-se os Estados Unidos, Japão, México, Espanha, Argentina, Índia, Itália e África do Sul. Destaca-se que não há uma diferença significativa em relação aos demais países onde foram



realizadas pesquisas relacionadas ao tema de PANC, conforme mostra a tabela 1.

**Tabela 1 - Número de estudos publicados por país no período de 1984 a 2017.**

<i>País</i>	<i>Nº de publicações</i>
Estados Unidos	7
Japão	4
México	3
Espanha	3
Argentina	2
Índia	2
Itália	2
África do Sul	2
Outros	6

Fonte: elaborada pelas autoras (2018).

Sabe-se que os países desenvolvidos já passaram pelos mesmos problemas que os países em desenvolvimento tanto nos que tange a saúde, política, educação, economia, social, etc., mas com investimento na busca por novos conhecimentos e tecnologias estão na frente dos países em desenvolvimento e principalmente dos subdesenvolvidos. Com isso, é possível fazer uma correlação com o resultado de publicações por país da tabela 1, onde os dois países com o maior número de publicações são desenvolvidos (Estados Unidos e Japão). O programa de incentivo do consumo de frutas e vegetais frescos lançado em 2002 e implementado em todo o país em 2008 nos Estados Unidos, evidência que não é recente a importância dada aos alimentos in natura (REDENUTRI, 2018).

Otsuru (1988), em um dos seus estudos, destaca que por volta de 1955, o Japão enfrentou um grande crescimento econômico e industrial, resultando em um aumento significativo na poluição urbana e com isso,



as pessoas buscam minimizar ao máximo essas consequências ambientais, desejando cada vez mais retornar à natureza. Destacou ainda, os exemplos populares para minimizar os danos dessa mudança, como realizar caminhadas nas colinas e campos, arrancar plantas silvestres comestíveis, pesca e caça.

Por outro lado, é possível identificar pelo número de publicações por ano de cada país, que os países em desenvolvimento, África do Sul, Índia, México e Argentina, com menos publicações, estão se encaminhando para uma busca maior do conhecimento sobre o tema. Para compreender os assuntos abordados, reuniu-se as informações do objetivo de cada estudo, seus respectivos autores e o número de citações que cada publicação possui até a realização dessa pesquisa. O quadro 1 apresenta esses resultados encontrados.

**Quadro 1- Objetivo principal dos estudos encontrados, seus respectivos autores e número de citações por publicação.**

Ano de publicação	Autores	Objetivo central do estudo	Nº de citações
1984	Lundstrom-Baudais, K.	Realizar análise de sementes e frutos silvestres e restos de madeira de um sítio neolítico tardio nas margens do Lago de Clairvaux, no Jura francês.	5
1985	Ogle, B.M., Grivetti, L.E.	Apresentar características demográficas para 211 adultos e 140 estudantes entrevistados em quatro zonas ecológicas no Reino da Suazilândia.	51
1985	Ogle, B.M., Grivettiz, L.E.	Apresentar análises próximas, valores proteicos e minerais para 29 importantes espécies de plantas silvestres consumidas na Suazilândia.	57
1986	Hart, T.B., Hart, J.A.	Avaliar os recursos alimentares da floresta (vegetal e animal) para determinar sua adequação para apoiar uma economia de caça e coleta.	92
1988	Otsuru, M.	Delinear as zoonoses que estão ocorrendo cada vez mais frequentemente no Japão.	0

Continua...



1993	Humphry, C.M., Clegg, M.S., Keen, C.L., Grivetti, L.E.	Foram pesquisadas práticas de aquisição de alimentos, com foco especial no uso de plantas silvestres na dieta em duas aldeias Hausa no Sahel, no sudeste do Níger.	62
1999	Díaz-Betancourt, M., Ghermandi, L., Ladio, A., Raffaele, E., Rapoport, E.H.	Mensurar a biomassa fresca comestível de espécies de plantas daninhas em Coatepec, México.	33
2000	Grivetti, L.E., Ogle, B.M.	Apresentar argumentos que as espécies selvagens continuam a fornecer importantes necessidades de energia e micronutrientes durante a seca e agitação social e política.	162
2000	Lockett, C.T., Grivetti, L.E.	Pesquisar quanto a práticas alimentares e uso de plantas silvestres comestíveis (n = 100 indivíduos adultos) em duas aldeias rurais de Fulani no nordeste da Nigéria.	26
2002	Matsuura, H., Amano, M., Kawabata, J.	Isolar três glucosídeos de quercetina de botões florais de butterbur japonês ( <i>Petasites japonicus</i> subsp. <i>Gigantea</i> Kitam.)	17
2004	Sundriyal, M., Sundriyal, R.C., Sharma, E.	Descrever a riqueza botânica, a distribuição elevacional e o uso dietético dos recursos de plantas silvestres comestíveis do Himalaia de Sikkim (Himalaia Oriental), muitos com potencial promissor.	25
2007	Özcan, M.M., Dursun, N., Arslan, D.	Investigar algumas propriedades compositivas e teores minerais de <i>Prangos ferulacea</i> e <i>Rheum Ribes</i> que crescem selvagens na província de Ağrı e Elazi in na Turquia.	11
2009	Ladio, A.H., Lozada, M.	Buscar informações sobre como as populações humanas que habitam o Monte, interagem com ambientes áridos e como eles usam o conhecimento ecológico em plantas selvagens para sua subsistência.	60
2009	Rigat, M., Bonet, M.A., García, S., Garnatje, T., Vallés, J.	Relatar parte dos resultados de um projeto de pesquisa etnobotânica realizado na região catalã do alto rio Ter Valley (Península Ibérica), referente ao uso de plantas vasculares selvagens como alimento e aos usos medicinais de plantas alimentares selvagens e cultivadas.	26

Continua...



2009	Madamombe-Manduna, I., Vibrans, H., López-Mata, L.	Identificar padrões comparando duas regiões com uma cultura compartilhada, características fisiográficas semelhantes, mas pouco contato direto, uma delas é a área de origem da cultura. Comparar a diversidade da flora da erva do milho e seus componentes comestíveis entre duas aldeias rurais cada uma de Oaxaca, México e Honde Valley, no Zimbabwe, usando amostragem de vegetação, entrevistas e observação participativa.	4
2010	Zuin, M.C., Lante, A., Zocca, F., Zanin, G., Zanin, G.	Descrever como um programa no norte da Itália foi planejado e ainda é gerenciado. Pode ser um exemplo para outras experiências. Algumas das espécies foram analisadas quanto ao seu valor nutricional.	1
2011	Turner, N.J., Luczaj, L.J., Migliorini, P., (...), Sacchetti, L.E., Paoletti, M.G.	Apresentar exemplos de casos de uso de plantas selvagens comestíveis e os papéis dessas espécies em agroecossistemas de diferentes partes do mundo e discute semelhanças e diferenças de uso em diferentes culturas e segmentos de sociedade	80
2012	Cruz-Garcia, G.S., Price, L.L.	Investigar os múltiplos usos e a importância cognitiva das ervas comestíveis no Nordeste da Tailândia.	18
2012	Blanckaert, I., Paredes-Flores, M., Espinosa-García, F.J., Piñero, D., Lira, R.	Combinar informações etnobotânicas, morfológicas, fitoquímicas e genéticas para analisar as diferenças entre populações administradas e não geridas da erva comestível mexicana, Epazote ( <i>Chenopodium ambrosioides</i> L.), em Santa María Tecomavaca, Oaxaca, uma comunidade rural dentro do Tehuacán-Cuicatlán Reserva da Biosfera, México.	5
2013	Maroyi, A.	Documentar o conhecimento indígena relacionado à diversidade e uso de ervas agrícolas como vegetais tradicionais no distrito de Shurugwi, no Zimbabwe, enfatizando seu papel na segurança alimentar e nos meios de subsistência das pessoas locais.	12

Continua...



2013	Yousaf, Z., Akram, A., Rehman, H.A.	Desvendar todas as informações disponíveis sobre o <i>Solanum Torvum Swartz</i> . Fornecer uma chave de identificação, descrições dos táxons e usos dietéticos, etnobotânicos e farmacológicos mais divulgados. Este livro pretende contribuir para melhorar o valor potencial de <i>Solanum torvum Swartz</i> através do aumento da utilização da diversidade genética disponível.	0
2014	Nihei, N.	Apresentar as medidas de radioatividade realizadas pelo governo local de Fukushima, de março de 2011 a março de 2012. Os produtos agrícolas (cereais, vegetais e árvores frutíferas), produtos florestais (cogumelos e plantas selvagens comestíveis), produtos marinhos (água salgada e peixes de água doce) e produtos agropecuários (carne bovina, porco e leite cru) foram medidos para a radioatividade antes do embarque.	6
2014	Abbet, C., Mayor, R., Roguet, D., (...), Hamburger, M., Potterat, O.	Identificar plantas comestíveis selvagens utilizadas hoje e durante os últimos dois séculos pela população alpina de Valais (Suíça).	30
2014	Saha, D., Sundriyal, M., Sundriyal, R.C.	Investigar uma área multi-étnica no nordeste da Índia, um ponto de acesso global, onde as comunidades apresentam alta dependência dos recursos das plantas selvagens para seu sustento. Abordamos as questões da diversidade de plantas alimentares que são coletadas de habitats selvagens e suas perspectivas como novos itens alimentares, amplos valores nutritivos de plantas selvagens comestíveis selecionadas e sugeriram algumas preocupações políticas orientadoras para o gerenciamento desses recursos valiosos.	6
2014	Korona, O.	Apresentar os registros arqueológicos de uma camada cultural do assentamento medieval <i>Nadymsky Gorodok</i> , localizado na floresta-tundra da Sibéria Oeste.	1

Continua...



2015	Rambo, A.T.	Evidências etnográficas e arqueológicas revelam que muitos caçadores-coletores empregaram extensivamente o fogo para gerenciar seus ecossistemas, de modo a aumentar a produção de recursos selvagens desejáveis, envolvendo assim a "colonização da natureza" que não é qualitativamente diferente da praticada por outros tipos de sociedade.	3
2016	Ayerdi, M., Echazarreta-Gallego, A., de Francisco-Rodríguez, S., Hernández, H.H., Sarasketa-Gartzia, I.	Reconstruir a cadeia operatória na preparação de bolo de bolota, com experimentos com materiais semelhantes aos potencialmente utilizados nos Pireneus ocidentais no passado. Além disso, consideramos alguns dados etnográficos disponíveis para esta área.	3
2016	Aono, T., Yoshida, S., Akashi, M.	Estudo focado nas concentrações de radionuclídeos em produtos agrícolas de Fukushima e alimentos marinhos coletados em Fukushima após o acidente.	1
2016	Tardío, J., Pardo-De-Santayana, M.	Analisar os dados etnobotânicos atualmente disponíveis em plantas selvagens tradicionalmente usadas para consumo humano em Espanha, particularmente vegetais e frutas.	0
2017	Unuofin, J.O., Otunola, G.A., Afolayan, A.J.	Avaliar a composição nutricional e constituintes elementares da <i>Kedrostis africana</i> e seu aspecto de segurança.	0
2017	Jurić, D., Puntarić, D., Gvozdić, V., Šijanović, S., Vidosavljević, M.	Determinar se existem diferenças nas concentrações de metais e metalóides que comparam locais de ação de combate de alta intensidade (HICA) com locais de ação de combate de baixa intensidade (LICA). Além disso, a tentativa foi determinar a possível interconexão de contaminação com metais no solo e em seres humanos e se houve coincidência em termos de "pontos quentes" potenciais, lugares significativamente carregados de metais.	1

Fonte: elaborado pelas autoras (2018).

Ao analisar o objetivo de cada estudo publicado, constatou-se que poucos estudos evadem ao tema pesquisado (somente três). Por



outro lado, a maioria evidencia que existem estudos buscando entender, identificar, reconhecer e exemplificar o potencial das Plantas Alimentícias não Convencionais em várias regiões do mundo.

De acordo com a análise realizada, foi possível identificar as denominações mais comuns utilizadas pelos autores em relação às PANC, já que esse termo foi introduzido no Brasil pelo professor e biólogo Valdely Ferreira Knupp, em 2008. O termo mais utilizado na literatura internacional é Edible Wild Plants (EWP) - Planta Selvagem Comestível, seguido por Neglected and Underutilized Species (NUS) - Espécies Negligenciadas e Subutilizadas e por último Edible Weeds - Erva Daninha. Este entendimento pode contribuir para estudos futuros sobre o assunto, tendo uma abrangência maior e podendo proporcionar novos resultados.

Cabe salientar o termo NUS (Neglected and Underutilized Species) é uma denominação criada pela FAO<sup>18</sup> para enfatizar a importância dessas espécies/alimentos negligenciados e subutilizados pelo mundo. As espécies negligenciadas e subutilizadas (Neglected and Underutilized Species – NUS – termo em inglês), também conhecidas como culturas menores ou "órfãs", podem ajudar a lidar com problemas globais tais como a redução da fome e da pobreza, e a adaptação às alterações (RUDEBJER et al., 2014).

Em relação aos autores, observa-se no quadro 1, que quatro pesquisadores tiveram um número maior de publicações em comparação com os demais, Grivetti, L.E. com cinco publicações, Ogle, B.M com

---

<sup>18</sup> FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations).



três e Sundriyal, R.C. e Ladio, A. com duas publicações cada. Contudo, a grande maioria apresenta somente uma publicação. Com isso, percebe-se que há uma tendência de que o autor Grivetti, é um especialista do tema, como também, por ter suas publicações com o maior número de citações, por exemplo um dos artigos publicado no ano de 2000 que até a realização desta pesquisa apresentou 162 citações.

A área que mais apresentou estudos, indo ao encontro com o enfoque dado neste artigo, foi as Ciências Agrárias e Biológicas com 55,4%, seguida por medicina 31,3%, Ciência Ambiental 31,3%, Bioquímica, Genética e Biologia 12,5%, Ciências da Terra e Planetária 12,5%, Ciências Sociais 12,5%, Artes e Humanidade 6,3%, Profissões da Saúde 6,3%, já Química, Engenharia, Imunologia e Microbiologia, Enfermagem, Física e Astronomia e Farmacologia e Toxicologia com 3,1% cada e outras áreas juntas com 12,5%. Cabe salientar que um estudo pode englobar mais de uma área.

Os estudos analisados, também evidenciam o potencial das PANC na alimentação humana e na sustentabilidade, pois são tão ou até mais nutritivas do que as espécies convencionais, possibilitam uma alimentação saudável e de baixo custo, valorização da ecologia das comunidades, além de serem muito úteis no tratamento e prevenção de algumas doenças. Contudo, fazem-se necessários muitos esforços nos âmbitos de pesquisa, divulgação e políticas de incentivo para a disseminação do conhecimento e o uso das PANC no Brasil.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo identificar a abordagem apresentada na produção científica em relação às Plantas Alimentícias não Convencionais. Com a análise dos artigos, observa-se que a maioria dos estudos busca conhecer, identificar, reconhecer e exemplificar o potencial das Plantas Alimentícias não Convencionais em várias regiões do mundo.

Identificou-se, também, a conveniência de mais estudos relacionados ao tema das PANC, principalmente no aspecto de como produzir em escala maior, garantindo o acesso para a população. Além disso, faz-se necessário buscar um entendimento mais refinado para identificar os tipos de PANC, tipos de cultivos e o potencial das mesmas para a biodiversidade alimentar.

Ainda foi averiguado, que a área de Ciências Agrárias dominou as publicações, isso pode estar relacionado à sua multidisciplinaridade, podendo envolver estudos no campo da Agronomia, Agroecologia, Engenharia Florestal, Engenharia de Pesca, Medicina Veterinária, Zootecnia, Engenharia Agropecuária, Ciências de Alimentos e Engenharia de Aquicultura, que visa a busca do aprimoramento técnico, o aumento produtivo e melhorias no manejo e preservação dos recursos naturais. Acrescente demanda por alimentos aliada à necessidade de preservação e reaproveitamento de recursos naturais, colocam esse campo entre os mais importantes no âmbito das pesquisas científicas atuais.



Entre as limitações desta pesquisa, destaca a utilização da palavra-chave “non conventional food plant” por se tratar de um termo criado no Brasil, podendo ser utilizada outra palavra que agregasse mais nos resultados. Como também a utilização da abreviação agr\* para dar o enfoque para agronegócios e agricultura, sem a mesma abrangência seria maior.

Sugere-se a realização de estudos buscando evidenciar a importância dessas plantas para cultivos mais sustentáveis, o incremento da matriz agrícola e principalmente construir modelos de negócios para evidenciar o potencial natural que o mundo possui e ainda não utiliza.



## REFERÊNCIAS

- ABBET, C., MAYOR, R., ROGUET, D., HAMBURGER, M., POTTERAT, O. Ethnobotanical survey on wild alpine food plants in Lower and Central Valais (Switzerland). *Journal of Ethnopharmacology*. 151(1), pp. 624-634, 2014.
- AONO, T., YOSHIDA, S., AKASHI, M.. Initial and present situation of food contamination in Japan after the accident at the Fukushima Dai-Ichi Nuclear Power Plant. *Radiation Protection Dosimetry*. 171(1), new183, pp. 14-19, 2016.
- AYERDI, M., ECHAZARRETA-GALLEGO, A., DE FRANCISCO-RODRÍGUEZ, S., HERNÁNDEZ, H.H., SARASKETA-GARTZIA, I. Acorn cake during the Holocene: experimental reconstruction of its preparation in the western Pyrenees, Iberia. *Vegetation History and Archaeobotany*. 25(5), pp. 443-457, 2016.
- BLANCKAERT, I., PAREDES-FLORES, M., ESPINOSA-GARCÍA, F.J., PIÑERO, D., LIRA, R. Ethnobotanical, morphological, phytochemical and molecular evidence for the incipient domestication of Epazote (*Chenopodium ambrosioides* L.: Chenopodiaceae) in a semi-arid region of Mexico. *Genetic Resources and Crop Evolution*. 59(4), pp. 557-573, 2012.
- COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO (CMMAD). *Nosso futuro comum*. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 1988.
- CRUZ-GARCIA, G.S., PRICE, L.L. Weeds as important vegetables for farmers *Acta Societatis Botanicorum Poloniae*. 81(4), pp. 397-403, 2012.
- DÍAZ-BETANCOURT, M., GHERMANDI, L., LADIO, A., RAFFAELE, E., RAPOPORT, E.H. Weeds as a source for human consumption. A comparison between tropical and temperate Latin America. *Revista de Biología Tropical*. 47(3), pp. 329-338, 1999.
- DIODATO, V. P.. *Dictionary of bibliometrics*. New York: The Haworth Press, 1994.
- GRIVETTI, L.E., OGLE, B.M. Value of traditional foods in meeting macro- and micronutrient needs: The wild plant connection. *Nutrition Research Reviews*. 13(1), pp. 31-46, 2000.
- HART, T.B., HART, J.A. The ecological basis of hunter-gatherer subsistence in African Rain Forests: The Mbuti of Eastern Zaire. *Human Ecology*. 14(1), pp. 29-55, 1986.
- HUMPHRY, C.M., CLEGG, M.S., KEEN, C.L., GRIVETTI, L.E. Food diversity and drought survival. The hausa example. *International Journal of Food Sciences and Nutrition*. 44(1), pp. 1-16, 1993.
- JURIĆ, D., PUNTARIĆ, D., GVOZDIĆ, V., ŠIJANOVIĆ, S., VIDOSAVLJEVIĆ, M.. Cabbage (*Brassica oleracea* var. capitata) as one of the indicators of possible



environmental pollution by metals and metalloids in eastern Croatia | [Kupus (Brassica oleracea var. Capitata) kao jedan od pokazatelja mogućeg onečišćenja okoliša metalima i metaloidima u istočnoj Hrvatskoj]. *Medica Jadertina*. 47(1-2), pp. 39-48, 2017.

KELEN, M. E. B.; et al. Plantas alimentícias não convencionais (PANCs): hortaliças espontâneas e nativas. 1. ed. Porto Alegre : UFRGS, 2015.

KINUPP, V. F. Riqueza de Plantas Alimentícias Não-Convencionais na Região Metropolitana de Porto Alegre, Rio Grande do Sul. *Revista Brasileira de Biociências*, Porto Alegre, v. 5, supl. 1, p. 63-65, jul. 2007.

KINUPP, V. F.; BARROS, I. B. I. DE. Teores de proteína e minerais de espécies nativas, potenciais hortaliças e frutas. *Ciênc. e Tecnol. de Aliment.*, v. 28, n. 4, p. 846-857, 2008.

KINUPP, V. F.; BARROS, I. B. I. Levantamento de dados e divulgação do potencial das plantas alimentícias alternativas do Brasil. *Horticultura Brasileira*, v. 22, n. 2, 2004.

KORONA, O.. Archaeobotanical finds from the Nadymsky Gorodok medieval settlement in the forest-tundra of Western Siberia, Russia. *Vegetation History and Archaeobotany*. 24(1), pp. 187-196, 2014.

KUNKEL, G. Plants for human consumption: an annotated checklist of the edible phanerogams and ferns. Koenigstein: Koeltz Scientific Books, 1984.

LADIO A.H.; LOZADA, M.. Human ecology, ethnobotany and traditional practices in rural populations inhabiting the Monte region: Resilience and ecological knowledge. *Journal of Arid Environments*. 73(2), pp. 222-227, 2009.

LOCKETT, C.T., GRIVETTI, L.E. Food-related behaviors during drought: A study of rural Fulani, northeastern Nigeria. *International Journal of Food Sciences and Nutrition*. 51(2), pp. 91-107, 2000.

LUNDSTROM-BAUDAIS, K. Palaeo-ethnobotanical investigation of plant remains from a Neolithic lakeshore site in France: Clairvaux, Station III. *Plants and ancient man*. Proc. 6th symposium on palaeoethnobotany, Groningen. pp. 293-305, 1984.

MACEDO, M. A. S.; CASA NOVA, S. P.; ALMEIDA, K. Mapeamento e análise bibliométrica da utilização da análise envoltória de dados (DEA) em estudos das áreas de contabilidade e administração. In: *ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO*, 31, 2007, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

MADAMOMBE-MANDUNA, I., VIBRANS, H., LÓPEZ-MATA, L.. Diversity of coevolved weeds in smallholder maize fields of Mexico and Zimbabwe. *Biodiversity and Conservation*. 18(6), pp. 1589-1610, 2009.



- MAROYI, A.. Use of weeds as traditional vegetables in Shurugwi District, Zimbabwe. *Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine*. 9(1), 60, 2013.
- MARTINEVSKI, C. S.; OLIVEIRA, V. R.; RIOS, A. O.; FLORES, S. H.; VENZKE, J. G. PANCs na elaboração de pães. *Alimentos e Nutrição = Braz. J. Food Nutr., Araraquara*, v. 24, n. 3, jul/set., 2013.
- MATSUURA, H., AMANO, M., KAWABATA, J. Isolation and measurement of quercetin glucosides in flower buds of japanese butterbur (petasites japonicus subsp. Gigantea kitam.). *Bioscience, Biotechnology and Biochemistry*. 66 (7), pp. 1571-1575, 2002.
- MINISTÉRIO DA AGRICULTURA. Agricultura Orgânica deve movimentar R\$ 2,5 bi em 2016. Portal Brasil, 2015. Disponível em: < <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2015/10/agricultura-organica-deve-movimentar-r-2-5-bi-em-2016>> Acesso em: 17 out. 2016.
- NEELY, A.. The evolution of performance measurement research: developments in the last decade and a research agenda for the next. *International Journal of Operations & Production Management*, 25(18), 1264-1277, 2005. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1108/01443570510633648>>. Acesso em: 19 de jun. 2017.
- NIHEI, N.. Radioactivity in agricultural products in fukushima. *Agricultural Implications of the Fukushima Nuclear Accident*. pp. 73-85, 2014.
- OGLE, B.M., GRIVETTI, L.E. Legacy of the chameleon: Edible wild plants in the kindom of swaziland, southern africa. a cultural, ecological, nutritional study. part ii - demographics, species availability and dietary use, analysis by ecological zone. *Ecology of Food and Nutrition*.17(1), pp. 1-30, 1985.
- OGLE, B.M., GRIVETTIZ, L.E. Legacy of the chameleon: Edible wild plants in the kingdom of swaziland, southern africa. a cultural, ecological, nutritional study. part iv - nutritional analysis and conclusions. *Ecology of Food and Nutrition*. 17(1), pp. 41-64, 1985.
- OLIVEIRA, D. de C. da S. WOBETO, C.; ZANUZO, M. R.; SEVERGNINI, C. Composição mineral e teor de ácido ascórbico nas folhas de quatro espécies olerícolas não convencionais. *Horticultura Brasileira*, v. 31, n. 3, jul/set, 2013.
- OTSURU, M. Epidemiologic aspects of current zoonoses in Japan. *Asian Medical Journal*. 31(1), pp. 1-6, 1988.
- ÖZCAN M.M.; DURSUN N; ARSLAN D. Some nutritional properties of Prangos ferulacea (L.) lindl and Rheum ribes L. stems growing wild in Turkey nternational. *Journal of Food Sciences and Nutrition*. 58(2), pp. 162-167, 2007.



- PASCHOAL, V., GOUVEIA, I., SOUZA, N.S. Plantas Alimentícias Não Convencionais (PANCs): o potencial da biodiversidade brasileira. *Revista Brasileira de Nutrição Funcional*. Disponível em: <<https://www.vponline.com.br/portal/noticia/pdf/69c8ea376fde1bf13a053e868facf0.pdf>>. Acesso em 17 de agosto, 2018.
- PROENÇA, R. P. da C. Alimentação e globalização: algumas reflexões. *Ciência Cultura*. [online]., v. 62, n. 4, p. 43-47, 2010.
- RAMBO, A.T. A BURNING ISSUE: Rethinking the Transition from Hunter-Gatherer to Industrial Sociometabolic Regimes. *Journal of Industrial Ecology*. 19(1), pp. 82-92, 2015.
- REDENUTRI. Conheça as iniciativas de outros países relacionadas à promoção da alimentação adequada e saudável. Disponível em: <[http://ecos-redenutri.bvs.br/tiki-read\\_article.php?articleid=2105](http://ecos-redenutri.bvs.br/tiki-read_article.php?articleid=2105)>. Acesso em: 29 mai. 2018.
- RIGAT, M., BONET, M.A., GARCIA, S., GARNATJE, T., VALLÉS, J. Ethnobotany of food plants in the high river Ter valley (Pyrenees, Catalonia, Iberian Peninsula): Non-crop food vascular plants and crop food plants with medicinal properties. *Ecology of Food and Nutrition*. 48(4), pp. 303-326, 2009.
- ROSTAING, H. La bibliométrie et ses techniques. Toulouse: Sciences de la Société; Marseille: Centre de Recherche Rétrospective de Marseille, 1997.
- RUDEBJER P. et al. Explorar o potencial de espécies negligenciadas e subutilizadas. *Bioversity International, Rome (Italy)*. 12p, 2014.
- SAHA, D., SUNDRIYAL, M., SUNDRIYAL, R.C.. Diversity of food composition and nutritive analysis of edible wild plants in a multi-ethnic tribal land, Northeast India: An important facet for food supply Indian. *Journal of Traditional Knowledge*. 13(4), pp. 698-705, 2014.
- SCOPUS: base multidisciplinar da Elsevier disponível no Portal CAPES. Disponível em: <<http://www.seabd.bco.ufscar.br/bases-de-dados/bases-capes/scopus-base-multidisciplinar-elsevier-portal-capas>>. Acesso em: 15 de jun. 2017.
- SEBRAE RS. Consumo saudável valorização da alimentação saudável. Disponível em: <<https://sebraers.com.br/horticultura/valorizacao-da-alimentacao-saudavel/>>. Acesso em: 29 mai. 2018.
- SILVA, M. R. Análise bibliométrica da produção científica docente do programa de pós-graduação em educação especial/UFSCar: 1998-2003. Dissertação (Mestrado em Educação Especial) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2004.
- SUNDRIYAL, M., SUNDRIYAL, R.C., SHARMA, E. Dietary use of wild plant esources in the Sikkim Himalaya, India. *Economic Botany*. 58(4), pp. 626-638, 2004.



TARDÍO, J., PARDO-DE-SANTAYANA, M. Ethnobotanical analysis of wild fruits and vegetables traditionally consumed in Spain. *Mediterranean Wild Edible Plants: Ethnobotany and Food Composition Tables*. p. 57-79, 2016.

TURNER, N.J., LUCZAJ, L.J., MIGLIORINI, P., (...), SACCHETTI, L.E., PAOLETTI, M.G., Edible and tended wild plants, traditional ecological knowledge and Agroecology Critical. *Reviews in Plant Sciences*. 30(1-2), pp. 198-225, 2011.

UNUOFIN, J.O., OTUNOLA, G.A., AFOLAYAN, A.J. Nutritional evaluation of *Kedrostis africana* (L.) Cogn: An edible wild plant of South Africa Asian Pacific. *Journal of Tropical Biomedicine*. 7(5), pp. 443-449, 2017.

YOUSAF, Z., AKRAM, A., REHMAN, H.A.. A monograph on *solanum torvum* Swartz. *A Monograph on Solanum torvum Swartz*. pp. 1-91, 2013.

ZUIN, M.C., LANTE, A., ZOCCA, F., ZANIN, G., ZANIN, G. A Phytoalimurgic garden to promote wild edible plants. *Acta Horticulturae*. 881, pp. 855-858, 2010.



# **GEOFOOD: A produção de alimentos regionais fomentando a economia criativa**

VALE, TATIANE FERRARI DO  
MOREIRA, JASMINE CARDOZO  
HORODYSKI, GRAZIELA SCALISE

## **INTRODUÇÃO**

O turismo de natureza atrai milhões de visitantes às áreas protegidas todos os anos, com diferentes motivações, mas quase sempre com o propósito de usufruir dos recursos naturais. Muitas destas áreas possuem como principais atrativos os elementos geológicos e geomorfológicos, que contam parte da história do planeta, e que devem ser conservados.

Motivadas em conhecer locais que possuem geologia especial do ponto de vista científico, educativo e turístico, muitas pessoas visitam geoparks. O conceito de geopark surgiu na década de 1990, quando se iniciaram as principais discussões sobre a proteção do patrimônio geológico. Um geopark é conceituado pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) como:

Um território de limites bem definidos, como uma área suficientemente grande para servir de apoio ao desenvolvimento socioeconômico local. Deve abranger um determinado número de sítios geológicos de especial importância científica, raridade e beleza, que seja representativo de uma região e da história geológica, eventos e processos. Além do significado geológico, deve também possuir outros significados, ligados à ecologia arqueologia, história e cultura (UNESCO, 2006a).



Atualmente, a Rede Global de Geoparks (GGN), criada em 2004, conta com 140 membros distribuídos em 38 países. Todos os membros que a integram assumem o compromisso de promover a conservação, pesquisa, educação e o geoturismo. Outro aspecto fundamental deste conceito é a inclusão da comunidade local no processo de planejamento e operacionalização do geopark. Estes territórios são manejados com um conceito holístico da proteção, educação e desenvolvimento sustentável. A criação de empresas locais inovadoras gera emprego e renda para as comunidades locais, principalmente pelo geoturismo, enquanto os recursos geológicos da área são protegidos (UNESCO, 2018).

A criação de novos produtos e serviços que valorizam os aspectos da geodiversidade é um dos diferenciais destes locais. Assim, visando promover o geoturismo e o turismo sustentável, geoturs, eventos e geoprodutos passaram a ser desenvolvidos.

Os geoprodutos foram a primeira iniciativa para desenvolver a economia com base na criação de novos produtos (FARSANI et al., 2011), sendo comercializado como souvenirs. Souvenirs são objetos normalmente encontrados em espaços comerciais destinados aos turistas e consumidos como forma de materializar as experiências turísticas vividas (HORODYSKI, 2014).

Nesta mesma perspectiva, visando valorizar o patrimônio geológico através da gastronomia local, o Geopark Magma (Noruega) idealizou em 2014 o Projeto GEOfood (GENTILINI; THJØMØE, 2015). O Projeto possui alguns critérios para o recebimento do selo “Geofood”, para que se possa garantir a autenticidade dos produtos e o desenvolvimento local.



Assim, o objetivo deste estudo foi discutir teoricamente a relação dos souvenirs gastronômicos e da experiência turística com o consumo do geofood, e a relação destes com a economia criativa e com o turismo sustentável. Para isso, foi adotada como metodologia a pesquisa bibliográfica, que se baseou principalmente em publicações de periódicos, e para análise empírica foi realizada a observação participante nos Geoparks Açores, Arouca e Naturtejo, todos em Portugal.

Este estudo apresenta referencial teórico a respeito da experiência turística e do consumo de souvenirs gastronômicos. Na sequência, são evidenciados os geoprodutos como elementos importantes na materialização da experiência em geoparks. Na terceira parte são abordados o Projeto GEOfood e seus critérios. Na quarta parte é tratado o tema da economia e turismo criativo. Em seguida, são apresentados os conceitos de desenvolvimento e turismo sustentável e sua relação com os geoparks e geofoods. Na sexta parte são apresentadas experiências gastronômicas em geoparks que valorizam o patrimônio geológico local. Por fim, a última parte discute a relação das diferentes categorias de consumidores de souvenirs e sua relação com o consumo de souvenirs gastronômicos e do geofood.

### **O consumo de souvenirs gastronômicos na perspectiva experiencial do turista**

Souvenirs gastronômicos são alimentos e bebidas que, assim como outros tipos de souvenirs, são consumidos como forma de se materializar a experiência vivida em uma viagem (KOVALESKI, 2018; HORODYSKI et al., 2014). As experiências vividas durante uma viagem, muitas vezes fazem com que os turistas desejem materializá-la, e uma das formas frequentemente utilizadas para isto é a aquisição de



souvenirs. De acordo com Freire-Medeiros e Castro (2007), os souvenirs são um componente essencial na experiência de viagem contemporânea e representam materialmente o vínculo entre o lugar visitado e o lar para qual se retorna.

O universo dos souvenirs é abrangente e uma tipologia frequentemente utilizada em estudos que abordam os souvenirs é a proposta por Gordon (1986) que os diferenciou em: réplicas e ícones, produtos pictóricos, objetos piece of the 'rock'<sup>19</sup>, produtos locais e marcadores. Esta categorização permite compreender que o universo dos souvenirs abrange grande variedade de produtos que incluem produtos manufaturados pela comunidade local, produtos manufaturados por comunidades de outras regiões, produtos industrializados e inclusive importados de outros países (HORODYSKI, 2014). Isto ocorre porque os souvenirs possuem diferentes significados para produtores e turistas, que interferem diretamente na escolha pela compra do produto (CAMARGO, 2016). Neste sentido, a autenticidade do produto está diretamente relacionada com a escolha individual do turista, conforme Littrell, Anderson e Brown (1993).

Alimentos e bebidas são frequentemente consumidos por turistas como lembranças do local visitado. Buczkowska (2014) propõe uma classificação denominada de souvenirs culinários, divididos em quatro tipologias: 1) alimentos e bebidas locais; 2) utensílios de cozinha; 3) receitas, guias culinários e cardápios de lugares; 4) fotos, de comidas, mercados, restaurantes locais. A autora analisa os souvenirs relacionados à gastronomia como um elemento do turismo cultural e afirma que é

---

<sup>19</sup> São geralmente materiais naturais ou objetos do ambiente natural (GORDON, 1986).



essencial criar e promover souvenirs adequados, também com base nos alimentos e bebidas.

Já Horodyski et al., (2014) consideram que os alimentos e bebidas locais, quando utilizados com a finalidade de adquirir lembranças e de partilhar experiências, podem ser denominados de souvenirs gastronômicos. De acordo com os autores estes objetos podem ser conceituados com:

Um produto derivado de alimentos ou bebidas, com identidade diferenciadora, identificação da origem, embalagem adequada e transporte facilitado; que seja capaz tanto de materializar a experiência da visitação e prolongar as sensações vividas pelas pessoas após o retorno de suas viagens turísticas quanto permita compartilhar lembranças com outras pessoas e motivar novas viagens (HORODYSKI et al., 2014, p. 5).

Na perspectiva do consumo, Hazman-Wong e Sumarjan (2016) apud Medeiros, Horodyski e Passador (2017) os souvenirs gastronômicos podem ser melhores que os souvenirs tradicionais, pois possibilitam que após o regresso da viagem, os turistas partilhem momentos e experiências com suas famílias e amigos a partir do compartilhamento de um alimento ou bebida, que evoca, cheiros, texturas e sabores dos lugares visitados. Numa perspectiva da oferta, os souvenirs gastronômicos estimulam a produção agrícola, gerando trabalho e renda no local e colabora com aspectos relacionados a autenticidade (KOVALESKI, 2018).

A questão da autenticidade é um aspecto relevante quando se analisa as escolhas dos turistas para a compra de um determinado souvenir, e em muitos casos, isto está relacionado ao perfil do turista consumidor e suas experiências individuais durante a viagem



(HORODYSKI, 2014). Nesse sentido, Love e Sheldon (1998) compreendem que conforme se tornam mais experientes em viagens, os turistas modificam seus hábitos de consumo e a forma como atribuem significados aos souvenirs.

Para os autores, os turistas iniciantes costumam comprar itens que evidenciam que a viagem fora realizada. Nesta fase, produtos com a marca explícita do destino turístico são fundamentais para a satisfação do consumidor. Conforme vão se tornando mais experientes em viagens, os significados procurados nos souvenirs se torna mais individual, abstrato, pouco relacionado com o destino, mas mais com a experiência vivida (LOVE; SHELDON, 1998).

Collins-Kreiner e Zins (2011) também evidenciam que o grau de importância atribuído aos souvenirs dependerá da experiência que o turista tem em viagens, pois, as lembranças podem perder importância quando se regressa para casa. Para os autores, os souvenirs são dinâmicos e muitas vezes a importância que lhes é atribuída é formada e transformada ao longo do tempo. Os autores sugerem que o conceito de souvenirs deve ser analisado de forma mais ampla, incluindo todos os objetos que sirvam de “lembrete” de uma viagem, mesmo que este não tenha sido seu objetivo inicial.

Assim, tanto Collins-Kreiner e Zins (2011) como Love e Sheldon (1998) concordam que com o passar do tempo uma parcela dos viajantes adquirem menos souvenirs, o que se deve a possibilidade de retorno contínuo ao mesmo lugar e a similaridade dos objetos com os de outros destinos. Para Collins-Kreiner e Zins (2011) alguns turistas têm dificuldades em encontrar itens ‘únicos’, e provoca a reflexão de que cada vez mais há uma busca pela autenticidade, ou seja, turistas mais



experientes não tem a necessidade de colecionar ‘lembrancinhas’, e com o passar do tempo passam a adquiri-las com menos frequência, buscando itens mais exclusivos e que no conjunto sejam de melhor qualidade (COLLINS-KREINER; ZINS, 2011).

Neste contexto, os autores pesquisados demonstram que existem diversas possibilidades de desenvolvimento local por meio da produção e oferta de souvenirs gastronômicos. Com base em Gordon (1986) foi possível compreender que existem diversos tipos de souvenirs conforme suas características físicas. Camargo (2016) e Horodyski (2014) identificam os aspectos imateriais dos souvenirs relacionados às experiências turísticas e os seus significados. Love e Sheldon (1998) e Collins-Kreiner e Zins (2011) percebem os aspectos objetivos e subjetivos dos souvenirs e indicam públicos distintos para os diversos produtos existentes e por fim, Kovalski (2018) aponta os benefícios da comercialização de souvenirs gastronômicos para as comunidades locais. O tema apresenta, portanto, diversas possibilidades de estudo e aprofundamento. Uma possibilidade de compreender o universo dos souvenirs gastronômicos é a partir da proposta como geoprodutos, conforme será apresentado a seguir.

### **Geoprodutos: A materialização da experiência turística em geoparks**

O geoturismo se distingue de outras modalidades de turismo de natureza, pois, além ter como principal atrativo, os recursos da geodiversidade, proporcionam cultura geocientífica aos visitantes. Diversos autores tratam desse tema (HOSE, 1995, 1997, 2000; DOWLING; NEWSOME, 2010), no entanto, para fins deste trabalho, adota-se o conceito da Declaração de Arouca (2011) que considera este



segmento como “o turismo que sustenta e incrementa a identidade de um território, considerando a sua geologia, ambiente, cultura, valores estéticos, patrimônio e o bem-estar dos seus residentes.” (DECLARAÇÃO DE AROUCA, 2011, p.1).

Os geoparks são territórios que protegem e divulgam o patrimônio geológico e promovem o desenvolvimento socioeconômico local. Os geoparks são uma nova maneira de gestão do território e no Brasil, não devem ser confundidos com categorias de unidades de conservação (BOGGIANI, 2010), pois possuem objetivos e estrutura de gestões distintas.

Assim, novos produtos que valorizam a geodiversidade foram e estão sendo criados, com o intuito de diversificar a oferta turística local e promover a interpretação do patrimônio. Uma ferramenta que tem sido utilizada para este fim, são os geoprodutos.

Geoprodutos são conceituados segundo a UNESCO (1999, p. 2, tradução nossa) como “a produção sustentável de artesanatos inovadores com conotação geológica”. Segundo Farsani, Coelho e Costa (2011) os geoprodutos integram produtos tradicionais com conceitos de interpretação, e consideram alguns princípios que merecem atenção especial:

- Geoprodutos devem ser feitos com produtos locais ou regionais;
- Geoprodutos devem ser um símbolo do patrimônio geológico ou geomorfológico do território;
- Geoprodutos devem ser ferramentas comerciais e pedagógicas;
- Geoprodutos devem integrar produtos locais e tradicionais com o conceito e interpretação nas geociências;

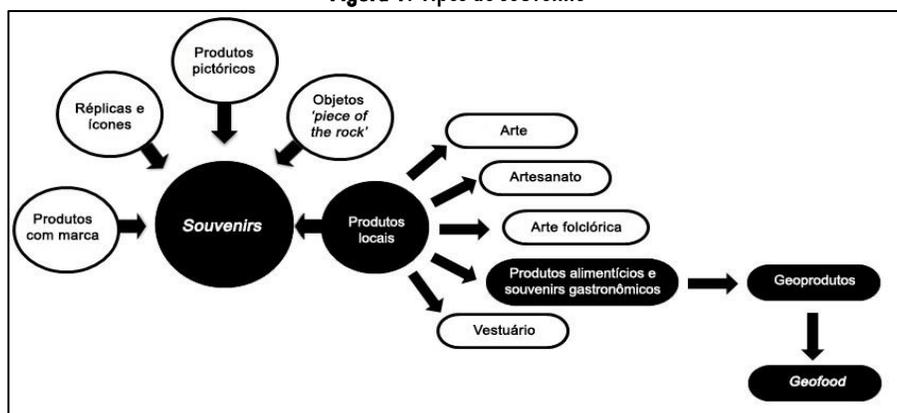


- Geoprodutos devem ser produtos amigáveis à terra (sustentáveis).

Segundo este princípio fica evidente que os produtos comercializados em geoparks têm uma forte ligação com os produtores locais, sendo justamente este seu caráter diferenciador. De acordo com a classificação de Gordon (1986), podemos considerar que os geoprodutos podem ser tanto artesanatos como produtos alimentícios.

Como há uma gama de produtos alimentícios comercializados nestes locais como souvenirs, pode-se considerá-los souvenirs gastronômicos. Nos últimos anos, alguns geoparks uniram-se para criar um novo conceito de alimentação em geoparks, que foi denominado de Geofood. Em um estudo realizado por Vale, Moreira e Horodyski (2014), as autoras propõem uma abordagem do geofood como um tipo de geoproduto e de souvenir gastronômico (Figura 1).

**Figura 1: Tipos de souvenirs**



Fonte: Vale, Moreira e Horodyski (2014)

Os geoprodutos (e o geofood) não estimulam somente a economia local, mas também educam turistas e divulgam as geociências (FARSANI et al., 2011). Assim, quando os geoparks criam e integram



souvenirs gastronômicos com os elementos da geodiversidade, devidamente explicados em seus rótulos, possibilitam que os turistas tenham acesso a conhecimentos geocientíficos de maneira didática.

Além do consumo destes souvenirs, a culinária local também pode ser desfrutada por meio da promoção do turismo gastronômico, festivais de comida, vinicultura e outros eventos relacionados aos alimentos (QUAN; WANG, 2003).

## **O Projeto GEOfood**

O GEOfood é um projeto que foi idealizado e desenvolvido pelo Geopark Magma (Noruega) como uma proposta de valorização dos aspectos do patrimônio geológico através da gastronomia local. Atualmente, é composto por nove geoparks membros: Magma (Noruega), Rokua (Finlândia), Reykjanes (Islândia), Styrian Eisenwurzen (Austria), Sierras Subbéticas (Espanha), Villuercas (Espanha), Naturtejo (Portugal), Terra de Cavaleiros (Portugal) e North West Highlands (Escócia) (GEOFOOD, 2018a) e segundo o website do projeto pode ser conceituado como:

A ideia de GEOfood vem da conexão entre o patrimônio geológico e as matérias-primas que crescem em tipos especiais de solos. Os processos geológicos definem a composição do solo. Geoparks são territórios com patrimônio geológico excepcional. O desenvolvimento da conexão entre os alimentos e o patrimônio geológico é ideia principal. Os critérios do GEOfood definem essa conexão (GEOFOOD, 2018b, tradução nossa).

De acordo Gentilini e Thjørmøe (2015) esta é uma iniciativa inovadora, que visa fortalecer a cooperação entre os países nórdicos na indústria criativa, e tem como um dos seus objetivos desenvolver



padrões para Geofoods e Geomenus. Para os autores os geomenus só terão uma forte conexão com o patrimônio geológico se os produtos considerarem a forma, os elementos geológicos e os ingredientes.

Nesse sentido, foram identificados critérios para os geoparks que desejam integrar esta iniciativa, como a localização geográfica do produto (dentro do geopark), onde o produto foi processado (dentro do geopark) e área de origem da matéria-prima (GENTILINI; THJØMØE, 2016). Os critérios evidenciam que estes souvenirs gastronômicos estão fortemente ligados a identidade local, e devem ser genuinamente regionais, o que se caracteriza como um mecanismo que potencializa o desenvolvimento socioeconômico local e o turismo sustentável.

O geofood além de poder ser considerado como parte de um produto de turismo gastronômico também pode ser utilizado como souvenirs gastronômicos, e a proposta de produzir produtos de caráter diferenciado, valorizando principalmente os aspectos geológicos de geoparks, além de fomentar a economia local, também pode e deve ser usufruído pela própria comunidade.

A comercialização de souvenirs gastronômicos nestes territórios é uma importante ferramenta para o desenvolvimento socioeconômico local, pois além de incentivar a criação de novos produtos alimentícios, e unir produtores e empresas locais, contribuem principalmente com o ensino e divulgação geocientífica, e passam a ser mais do que apenas uma lembrancinha.

Assim, estes produtos, se possuírem determinados elementos interpretativos, são uma forma de interpretação ambiental, e de acordo



com Rodrigues, Ramos e Ramos (2017) podem ser utilizados como complemento à visita a um geopark. Durante a viagem é importante que os turistas compreendam a importância geológica e da preservação da memória da Terra nesses locais, e ao retornarem as suas casas, compartilhem suas experiências e sejam agentes capazes de sensibilizar seus amigos e familiares.

### **Economia Criativa**

O turismo criativo foi definido pela UNESCO (2006b, p.3, tradução nossa) como “uma viagem voltada para uma experiência engajada e autêntica, com aprendizado participativo nas artes, patrimônio ou caráter especial de um lugar, e fornecem uma conexão com aqueles que residem neste lugar e criam esta cultura viva.” A ideia do turismo criativo advém de um conceito mais amplo, desenvolvido por John Howkins em 2001, quando publicou a obra “The Creative Economy”. Para Howkins (2001), a economia criativa abrange os setores que tem origem na criatividade, no conhecimento e no talento coletivo e individual, capazes de gerar riquezas.

De acordo com Oliveira, Araújo e Silva (2013) iniciativas baseadas na economia criativa podem promover o desenvolvimento de áreas rurais com herança do patrimônio cultural e a inclusão social pode ser potencializada a partir desta abordagem. Os autores consideram que as diferentes atividades econômicas da economia criativa abrangem os aspectos econômicos, sociais e culturais que interagem com a tecnologia e propriedade intelectual numa mesma dimensão e tem relações de transbordamento com o turismo e o esporte e,



as indústrias criativas podem reforçar a cultura como valores e tradições que identificam uma comunidade ou nação. Além do papel de coesão social e inclusão, este reforço tem o potencial de gerar atratividade turística. Esta é a maneira pela qual a economia criativa se relaciona com a cultura e com o turismo. Outra maneira se relaciona ao turismo cultural centrado no patrimônio. A abordagem da economia criativa pode contribuir para a exploração racional e sustentável desse tipo de turismo e para a preservação do patrimônio, do meio ambiente e para o benefício das populações locais (OLIVEIRA; ARAÚJO; SILVA, 2013 p.8).

De acordo com Martins (2016) a economia criativa é importante para o turismo, pois diversifica a imagem dos destinos. Para o autor, um dos desafios para destinos que apostam no turismo gastronômico é fornecer um produto heterogêneo e ofertar experiências criativas que explorem a verdadeira autenticidade, podem desempenhar um papel fundamental.

Para Oliveira, Araújo e Silva (2013) a produção de bens e serviços criativos exige nível significativo de criatividade e conteúdo simbólico. Assim, ao relacionar o geofood com a economia criativa propõem-se uma nova abordagem, a da valorização do patrimônio geológico, abrangendo o aspecto ambiental. No âmbito dos geoparks, a criatividade está relacionada a produção de novos produtos locais, incluindo o geofood e os geoprodutos, que devem ser produtos que valorizam o turismo sustentável.

## **Turismo sustentável**

O desenvolvimento sustentável é definido pelo Relatório de Brundtland (1987, tradução nossa) como “o desenvolvimento que



satisfaz as necessidades das gerações atuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem suas próprias necessidades”.

Nesta mesma perspectiva, para o turismo sustentável é definido pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente e a Organização Mundial do Turismo (UNEP; UNWTO, 2005, p.12, tradução nossa) como: “turismo que leva plenamente em conta seus impactos econômicos, sociais e ambientais, atuais e futuros, atendendo as necessidades dos visitantes, a indústria, meio ambiente e comunidades de acolhimento”. Para as organizações (2005, p.11, tradução nossa) esta atividade deve:

1. Otimizar o uso dos recursos ambientais que constituem um elemento-chave no desenvolvimento do turismo, mantendo os processos ecológicos essenciais e ajudando a conservar o patrimônio natural e a biodiversidade.
2. Respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades de acolhimento, conservar o patrimônio cultural construído e vivo e os valores tradicionais, e contribuir para a compreensão e tolerância interculturais.
3. Assegurar operações econômicas viáveis e de longo prazo, proporcionando benefícios socioeconômicos a todas as partes interessadas que sejam distribuídas de forma justa, incluindo oportunidades estáveis de emprego e geração de renda e serviços sociais para as comunidades anfitriãs e contribuindo para a redução da pobreza.



Estas diretrizes reconhecem que desenvolvimento socioeconômico deve ser direcionado para as comunidades locais, conservando seu patrimônio natural e cultural. Sendo assim, atitudes que são norteadas para atingir tal finalidade, podem partir dos atores locais.

Henriques e Brilha (2017) consideram que a implantação de ações locais cotidianas, que envolvam a capacitação de indivíduos visando uma mudança local, podem ocasionar um efeito global. Para os autores

Implementar projetos locais com alcance global é uma tarefa desafiadora, mas os mecanismos e atores envolvidos na criação de um geopark podem ser de grande utilidade para conceber outros planos de ação que promovam a compreensão global como uma ferramenta para alcançar os objetivos de desenvolvimento sustentável. (HENRIQUES; BRILHA, 2017, p.353, tradução nossa)

De acordo com os autores (2017, p. 354, tradução nossa), os geoparks “provaram ser uma estratégia sustentável para o desenvolvimento de territórios com patrimônio geológico excepcional que pode ser adaptada ao contexto cultural, bem como os diferentes contextos social e econômico”.

Os geoparks corroboram com o conceito da turismo sustentável da Organização Mundial do Turismo e também contribuem com os objetivos da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Este documento inclui 17 objetivos e 169 metas (UNESCO, s/a; UNWTO, 2018), sendo os que se relacionam com os objetivos dos geoparks:



**Quadro 1: Contribuição dos geoparks para os objetivos do desenvolvimento sustentável**

Objetivo	Descrição
<b>Objetivo 1: Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares.</b>	A redução do risco de desastres é essencial para acabar com a pobreza e promover o desenvolvimento sustentável. A abordagem de baixo para cima dos <i>Geoparks</i> Globais da UNESCO reduz a vulnerabilidade das comunidades locais a eventos extremos e outros choques e desastres através da do treinamento ativo de resiliência e conscientização sobre os riscos.
<b>Objetivo 4: Garantir uma educação de qualidade inclusiva e equitativa e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos.</b>	Os <i>Geoparks</i> Globais da UNESCO educam ativamente suas comunidades locais e seus visitantes de todas as idades. Os <i>Geoparks</i> Globais da UNESCO são salas de aula ao ar livre e incubadoras para o desenvolvimento sustentável, estilos de vida sustentáveis, valorização da diversidade cultural e promoção da paz.
<b>Objetivo 5: Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas.</b>	Os <i>Geoparks</i> Globais da UNESCO enfatizam fortemente o empoderamento das mulheres através de programas educacionais ou o desenvolvimento de cooperativas de mulheres. Essas cooperativas oferecem uma oportunidade para as mulheres obterem uma renda adicional em sua própria área e em seus próprios termos.
<b>Objetivo 8: Promover um crescimento econômico sustentável, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos.</b>	A promoção do desenvolvimento econômico local sustentável por meio do turismo (geo) turismo é um dos principais pilares de um <i>Geopark</i> Global da UNESCO. Isso cria oportunidades de emprego para as comunidades locais através do turismo, mas também através da promoção da cultura e produtos locais.
<b>Objetivo 11: Tornar cidades e assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis</b>	Proteger, salvaguardar e celebrar o nosso patrimônio cultural e natural é a base da abordagem holística dos <i>Geoparks</i> Globais da UNESCO. Os <i>Geoparks</i> Globais da UNESCO têm como objetivo dar às pessoas locais um sentimento de orgulho em sua região e fortalecer a identificação com a área.
<b>Objetivo 12: Garantir padrões sustentáveis de consumo e produção</b>	Os <i>Geoparks</i> Globais da UNESCO educam e criam consciência sobre desenvolvimento sustentável e estilos de vida. Eles ensinam as comunidades locais e visitantes a viver em harmonia com a natureza.
<b>Objetivo 13: Tomar medidas urgentes para combater as mudanças climáticas e seus impactos</b>	Todos os <i>Geoparks</i> Globais da UNESCO mantêm registros de mudanças climáticas passadas e são educadores sobre as mudanças climáticas atuais. Através de atividades educacionais, a conscientização é levantada sobre a questão e as pessoas recebem conhecimento para mitigar e adaptar-se aos efeitos das mudanças climáticas.
<b>Objetivo 17: Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável</b>	Os <i>Geoparks</i> Globais da UNESCO são todos sobre parceria e cooperação, não apenas entre as partes interessadas locais, mas também internacionalmente, através de redes regionais e globais, onde o conhecimento, as ideias e as melhores práticas são compartilhados. <i>Geoparks</i> experientes orientam os <i>geoparks</i> aspirantes a alcançar seu pleno potencial.

Fonte: UNESCO (s/a, tradução nossa)



Com relação a produção de alimentos regionais, o objetivo 8 está plenamente alinhado com a proposta do Projeto GEOfood de promover benefícios econômicos, utilizando os recursos de forma racional, valorizando as comunidades e seus saberes, através da comercialização de produtos genuinamente regionais. Assim, serão apresentadas a seguir algumas experiências gastronômicas em geoparks que estão relacionadas a este objetivo.

### **Experiências gastronômicas que valorizam o patrimônio geológico local**

Nos últimos anos, com o surgimento e a difusão do conceito de geofood, muitas iniciativas tem surgido com o intuito de promover o patrimônio geológico e a gastronomia local. Apesar do Projeto GEOfood possuir atualmente apenas oito membros, outros geoparks também comercializam souvenirs gastronômicos. Alguns exemplos incluem o Geopark Açores (Portugal), Geopark Arouca (Portugal) e Geopark Vulkaneifel (Alemanha).

O Geopark Terras de Cavaleiros, um dos membros do projeto, produz um doce com chocolate que se assemelha as granadas, minerais raros presentes em um pequeno afloramento do geopark, e as Salsichas mica-xisto, um prato feito de massa folhada e rodeada da salsicha, referindo-se as rochas metamórficas, constituídas essencialmente por quartzo e mica (GEOFOOD, 2018a).

O Geopark Naturtejo, possui também geoprodutos, incluindo geobiscoitos cujo forma remete ao fóssil de uma trilobita (artrópodes



que viveram no período paleozoico). Outros exemplos incluem um bolo que representa um mapa paleogeográfico (RODRIGUES, CARVALHO, JACINTO, 2017; RODRIGUES, RAMOS, RAMOS, 2017) e mini cornucópias salgadas em alusão à icnofósseis e as galerias de habitação de vermes presentes no território do Geopark (GEOCAKE, 2018). As geopadarias comercializam também pizzas que retratam as placas tectônicas (Figura 7) (RODRIGUES; CARVALHO, 2009).

De acordo com Rodrigues, Ramos e Ramos (2017) os geocakes podem ser consumidos no local, ou levados para casa como uma lembrança. Como complemento à visita ao Geopark Naturtejo pode ser usado por professores e monitores durante a estadia na região, enriquecendo a visita.

O Geopark Açores, apesar de ainda não integrar o Projeto GEOfood, possui bons exemplos de produtos que destacam elementos da geodiversidade, como os licores e vinhos produzidos artesanalmente nas Ilhas de São Miguel, Graciosa, Terceira e Pico. A qualidade do vinho açoriano é reconhecida internacionalmente e a paisagem da Ilha do Pico, conhecida como Vinha do Pico, recebeu o título de patrimônio cultural da Humanidade em 2004. Há também o biscoito-bomba, um doce produzido na Ilha do Pico no formato de bomba vulcânica, confeccionado com ingredientes tradicionais, e que foi idealizado pela pastelaria local Aromas e Saberes em parceria com o Geopark (Figura 2). Outro souvenir gastronômico que possui o selo do Geopark é o queijo Morro, produzido na região (Figura 3).



**Figura 2: Biscoito-bomba**



Fonte: *Geopark Açores* (8); Tatiane Ferrari do Vale (9)

**Figura 3: Queijo Morro comercializado na Ilha de São Miguel (Açores)**



Fonte: *Geopark Açores* (8); Tatiane Ferrari do Vale (9)

Outro exemplo é o Cozido das Furnas, um prato tradicional que combina diferentes tipos de carne com vegetais. Esse prato passou a ser conhecido como geocozido, pois para sua cocção, os ingredientes são



enterrados em buracos no solo vulcânico. No território do Geopark Açores, o prato típico é produzido em dois geossítios, nas Caldeiras do Vulcão das Furnas (Figura 3) e Caldeiras da Ribeira Grande (Figura 4).

**Figura 4:** Geocozido sendo produzido na Caldeira do Vulcão das Furnas, Geossítio do Geopark Açores



Fonte: Jasmine Cardozo Moreira (2012)

**Figura 5:** Geocozido, prato que combina diferentes tipos de carnes e vegetais, produzido no solo vulcânico da Caldeira da Ribeira Grande, Geossítio do Geopark Açores



Fonte: Tatiane Ferrari do Vale (2016)



O Geopark Arouca possui opções de menus que potencializam as características geológicas locais. Nesse Geopark, são também ofertados pratos vegetarianos e veganos, e pratos que remetem a herança mediterrânea, um patrimônio imaterial da humanidade (AROUCA GEOPARK, 2018). Neste geopark há também o doce típico “Pedras Pedreiras” (Figura 6).

**Figura 6:** Doce típico “Pedras Pedreiras”



Fonte: Jasmine Cardozo Moreira (2011)

No Geopark Vulkaneifel as bombas vulcânicas são elementos característicos da geodiversidade local, e promovendo estes aspectos, as confeitarias da região oferecem a “torta da bomba vulcânica”, em que a bomba é retratada como um confeito na torta (Figuras 7 e 8) (VALE; MOREIRA; HORODYSKI, 2014).



**Figura 7: Torta de bomba vulcânica**



Fonte: Gilson Burigo Guimarães (2008)

**Figura 8: Bomba vulcânica no Geopark Vulkaneifel**



Fonte: Gilson Burigo Guimarães (2008)

No Brasil, ainda não existem iniciativas consolidadas neste sentido, no entanto, o Grupo de Trabalho do Projeto Geopark Fernando de Noronha foi o único parceiro na América do Sul do Projeto GEOfood. De acordo com Vale, Moreira e Horodyski (2014, p.8), o arquipélago possui potencial para desenvolver o Projeto Geofood:



Fernando de Noronha tem potencial para o desenvolvimento do Projeto Geo-food, possui atrativos muito conhecido como Morro do Pico e as Ilhas Dois Irmãos, bem como aspectos da flora e da fauna em geral que podem servir de inspiração para a criação de geo-menus e geo-foods, podendo ser oferecidos para os visitantes, preparados pela comunidade, gerando novas alternativas de renda e proporcionando experiências únicas para os visitantes.

Para integrar o Projeto segundo os critérios estabelecidos, o arquipélago deve ser membro da Rede Global de Geoparks, e apesar de ainda não possuir o selo, vários estudos e ações estão sendo realizados com este propósito (MOREIRA, 2008; SHOBENHAUS, SILVA; 2012; VALE, 2017). A confecção de geoprodutos e de souvenirs gastronômicos poderia ter início em breve, no entanto, demanda que a comunidade local e parceiros queiram desenvolvê-la.

## **Discussões**

Os souvenirs gastronômicos têm uma vertente mais próxima ao turismo cultural, no entanto, o consumo do geofood surge como uma nova perspectiva deste ponto de vista teórico, considerando que os atributos geológicos, geomorfológicos e paleontológicos, quando aliados a gastronomia local, podem também se tornar um atrativo aos visitantes. Apesar da evidente relação do geofood com os elementos da geodiversidade, é importante ressaltar que ideias que valorizem a biodiversidade, cultura e história, também devem ser utilizadas da produção de gomenus e souvenirs gastronômicos, pois o próprio conceito de geopark integra estes elementos.



Conforme destacam alguns autores, o perfil do turista tem influência no momento da aquisição de um souvenir, e há uma parcela dessa demanda que não deseja colecionar objetos, mas vivenciar experiências, o que os torna mais seletivos e em busca de autenticidade.

Neste sentido, considera-se que os souvenirs gastronômicos, além de possuírem características que lhe agregam valor e atratividade, não podem ser “estocados” por um grande período de tempo, pois são perecíveis e tem um prazo de validade para serem consumidos. Para este tipo de turista, o geofood pode se tornar uma escolha interessante.

Geoprodutos (e o geofood) são dotados de significados, pois podem ser simbólicos, autênticos, educativos, interpretativos e sustentáveis. Estes produtos são muito mais do que apenas uma “lembrancinha”, pois valorizam a memória da Terra, promovendo bem-estar social.

Conforme os critérios do Projeto GEOfood, e o processo para receber o selo, é possível verificar que esta iniciativa se preocupa com a autenticidade, sustentabilidade e com o desenvolvimento socioeconômico local, e com isso faz com que os novos membros que pleiteiam participar do projeto se adequem às exigências.

Na sessão anterior, foram apresentados exemplos de pratos e de souvenirs gastronômicos que estão sendo comercializados por geoparks europeus. Apesar de ser relativamente recente, esta tendência também têm adeptos em outros geoparks do mundo.

Novas possibilidades de ofertas gastronômicas podem ser desenvolvidas em geoparks, possibilitando que os próprios turistas



participem da elaboração dos pratos, e aprendam ainda mais sobre os alimentos típicos da região, seu valor nutricional e a vantagem que terão em consumi-los. Alguns geoparks promovem eventos culinários, e é importante que cada vez mais os turistas sejam informados e estimulados a participarem destas atividades, que além de ser uma experiência singular e autêntica, pode torná-los mais atentos às questões ambientais e a importância da geoconservação.

Novas possibilidades de produtos turísticos poderiam incluir também a criação de roteiros ou de rotas geogastrônomicas em geoparks, o que aumentaria ainda a oferta turística local.

No Brasil, a bibliografia sobre o tema é escassa, o que evidencia a necessidade de novos estudos sobre estas práticas, pois sua geodiversidade é ampla e pode oferecer novos produtos alimentícios e souvenirs gastronômicos.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Estimular os turistas a serem mais conscientes para a realidade e as especificidades locais por meio da alimentação pode ser em verdadeiro diferencial para uma localidade. Um geofood pode auxiliar nessa tarefa, pois além de proporcionar uma experiência gastronômica única, conecta o turista com as comunidades.

Apesar da percepção de cada turista ser subjetiva, é importante que os profissionais que trabalham na concepção, produção e comercialização destes produtos consigam transmitir a mensagem da



geoconservação, para que quando os turistas regressem às suas casas, divulguem o conhecimento adquirido.

Iniciativas neste sentido são praticamente inexistentes no Brasil, contrariando a variedade de recursos naturais e culturais que poderiam ser desenvolvidos em todo o território nacional. Apesar de o Brasil possuir apenas um geopark inscrito na GGN, estas práticas gastronômicas poderiam ser incentivadas em outras áreas que não possuem o selo da UNESCO, mas que têm pessoas interessadas em promover a indústria criativa, o turismo sustentável e o desenvolvimento socioeconômico local.



## REFERÊNCIAS

- AROUCA GEOPARK. **Menus Geofood**. Disponível em: <[http:// www.aroucageopark.pt/pt/conhecer/usos-e-costumes/gastronomia/geofood/menus-geofood/](http://www.aroucageopark.pt/pt/conhecer/usos-e-costumes/gastronomia/geofood/menus-geofood/)>. Acesso em: 10 fev. 2018.
- BOGGIANI, P. C. A Aplicação do Conceito de Geoparque da UNESCO no Brasil e a relação com o SNUC – Sistema Nacional de Unidades de Conservação. **Revista Patrimônio Geológico e Cultura**, v.1, n.1, p.1-4, jun. 2010.
- BRUNDTLAND, G. et al. **Our common future**. [“O Relatório de Brundtland”]. Oxford: Oxford University Press, 1987.
- BUCZKOWSKA, K. Local food and beverage products as important tourist souvenirs. **Turystyka Kulturowa**, v. 3, n. 1, p. 47-58, 2014.
- CAMARGO, R. S. S. **Produção, Consumo e Significados dos Souvenirs Turísticos em Tiradentes – MG**. 2016. 258 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2016.
- COLLINS-KREINER, N.; ZINS, Y. Tourists and souvenirs: changes through time, space and meaning. **Journal of Heritage Tourism**, v. 6, n. 1, p. 17-27, 2011.
- DECLARAÇÃO DE AROUCA. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE GEOTURISMO - “GEOTOURISM IN ACTION”, 1., 2011, **Documento...** Arouca: Arouca Geopark, 2011. p.1.
- DOWLING, R. K.; NEWSOME, D. (Ed.). **Global geotourism perspectives**. Oxford: Goodfellow Publishers, 2010.
- FARSANI, N. T.; COELHO, C., COSTA. Geotourism and geoparks as novel strategies for socio-economic development in rural areas. **International Journal of Tourism Research**, v. 13, n. 1, p. 68-81, 2011.
- FARSANI, N. T.; COELHO, C.; COSTA, C.; CARVALHO, C. N. Geoparks and Geotourism: Concepts, Theories and Paradgms. In: \_\_\_\_\_. **Geoparks and geotourism: new approaches to sustainability for the 21st century**. Universal-Publishers, 2011.
- FREIRE-MEDEIROS, B; CASTRO, C. A cidade e seus souvenirs: o Rio de Janeiro para o turista ter. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 1, n. 1, p. 34-53, 2007.
- GENTILINI, S.; THJØMØE, P. Engaging Local Food SME’S. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON UNESCO GLOBAL GEOPARKS, 7, 2016, Torquay, **Abstract Book**. Torquay, English Riviera Geopark, p. 179.



\_\_\_\_\_. Local Food Certifications in Geoparks. In: EUROPEAN GEOPARKS CONFERENCE, 13, 2015, T. **Abstract Book**, Humanpolis Oy/Rokua, 2015, p. 37.

GEOCAKES. **Geo**. Disponível em: <<https://www.geocakes.com/category/geo>>. Acesso em: 08 fev. 2018.

GEOFOOD. **Members**. Disponível em: <<https://www.geofood.no/members>>. Acesso em: 13 fev. 2018a.

\_\_\_\_\_. **The concept**. Disponível em: <<https://www.geofood.no/the-concept>>. Acesso em: 13 fev. 2018b.

GORDON, B. The souvenir: Messenger of the extraordinary. **The Journal of Popular Culture**, v. 20, n. 3, p. 135-146, 1986.

HENRIQUES, M. H.; BRILHA, J. B. UNESCO Global Geoparks: a strategy towards global understanding and sustainability. **Episodes**, v. 40, n.4, 349-355, 2017.

HOWKINS, J. **The Creative Economy**. Penguin Books: Londres, 2001.

HORODYSKI, G. S. **O Consumo na Experiência Turística: o caso dos souvenirs no destino Curitiba-PR**. 2014, 443 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2014.

HORODYSKI, G. S.; MANOSSO, F. C.; BIZINELLI, C., GÂNDARA, J. M. Souvenirs Gastronômicos como Lembranças de Viagem: um estudo de caso em Curitiba–Brasil. **Via@-Revista Internacional e Interdisciplinar de Turismo**, v. 2, p. 1-16, 2014.

HOSE, T. A. Geoturismo europeo. Interpretación geológica y promoción de la conservación geológica para turistas. In: BARRETINO, D.; WINBLEDON, W. P.; GALLEGO, E. **Patrimônio Geológico: Conservacion y gestion**. Madrid: ITGE, 2000. p. 137-159.

\_\_\_\_\_. Geoturismo: Selling the Earth to Europe. In: MARINOS, P.G.; KOUKIS, G. C., STOURNESS, G. C. (Eds.) **Engineering geology and environment**. Rotterdam: A; A; Balkema, 1997. p. 2.955-2.960.

\_\_\_\_\_. Selling the story of Britain's Stone. **Environmental Interpretation**. v. 20, n.2, p. 16-17. 1995.

KOVALESKI, A. A. **Oferta de Souvenirs Gastronômicos no Destino Morretes/PR**. 2018. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2018.

LITTRELL, M. A; ANDERSON, L. F.; BROWN, P. J. What makes a craft souvenir authentic?. **Annals of Tourism Research**, v. 20, n. 1, p. 197-215, 1993.



LOVE, L. L.; SHELDON, P. R. **Souvenirs: messengers of meaning**. Revista *Advances in Consumer Research*, v. 25, Association for Consumer Research, Provo, UT, pp. 170-5, 1998. Disponível em: <[http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.0022-3840.1986.2003\\_135.x/abstract](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.0022-3840.1986.2003_135.x/abstract)>. Acesso em: 15 jul. 2018.

MARTINS, M. Gastronomic tourism and the creative economy. **Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing**, v. 2, n. 2, p. 33-37, 2016.

MEDEIROS, M. L.; HORODYSKI, G. S.; PASSADOR, J. L. Food souvenirs in the perception of the tourist: the case of the artisanal minas Serro cheese. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 11, n. 2, p. 347-364, 2017.

MOREIRA, J. C. **Patrimônio Geológico em Unidades de Conservação: Atividades interpretativas, educativas e geoturísticas**. 2008, 429 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008. Disponível em: <<http://pct.capes.gov.br/teses/2008/41001010016P3/TES.pdf>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

OLIVEIRA, J. M.; ARAÚJO, B. C.; SILVA, L. V. **Panorama da economia criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Papirus, 2013.

OMT. **Tourism and Sustainable Development Goals**. Disponível em: <<http://tourism4sdgs.org/tourism-for-sdgs/tourism-and-sdgs/>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

QUAN, S.; WANG, N. Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. **Tourism management**, v. 25, n. 3, p. 297-305, 2004.

RODRIGUES, J.; CARVALHO, C. N. de. Geoturismo no Geopark Naturtejo—um passo na educação não formal. In: **Actas do XIII Encontro Nacional de Educação em Ciências. Educação e Formação: Ciência, Cultura e Cidadania. Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Castelo Branco**, p. 1355-1368, 2009.

RODRIGUES, J.; CARVALHO, C. N. de; JACINTO, A. The concept of the geoprodukt: Successful examples from Naturtejo UNESCO Global Geopark. In: EUROPEAN GEOPARKS CONFERENCE, 14., 2017, São Miguel. **Abstract Book..** São Miguel, Geopark Açores, 2017. p. 134.

RODRIGUES, J.; RAMOS, M.; RAMOS, R. Aprender com Geocakes no Geopark Naturtejo, Geopark Mundial da UNESCO. In: ENCONTRO INTERNACIONAL DA CASA DAS CIÊNCIAS, 4., 2017, Lisboa. **Anais...** Lisboa, EDULOG, 2017. p. 47-48.

SHOBBENHAUS, C.; SILVA, C. R. **Geoparques do Brasil: Propostas**. 1. ed. Rio de Janeiro: Serviço Geológico do Brasil, 2012.



UNESCO. **What is a UNESCO Global Geopark**. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/unesco-global-geoparks/frequently-asked-questions/what-is-a-unesco-global-geopark/>>. Acesso em: 08 fev. 2018.

\_\_\_\_\_. **Global Geoparques Network**. Folder. UNESCO, 2006a. 6 p.

\_\_\_\_\_. **Towards sustainable strategies for creative tourism**. 2006b. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159811E.pdf>>. Acesso em: 19 mai. 2018.

\_\_\_\_\_. **UNESCO Geoparks Programme – A New Initiative to Promote A Global Network of Geoparks Safeguarding and Developing Select Areas Having Significant Geological Features**. 156 EX/ II Rev, PARIS, 15 de abril de 1999. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001151/115177e.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2018.

\_\_\_\_\_. **UNESCO Global Geoparks contributing to the Sustainable Development Goals**. s/a. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002477/247741E.pdf>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME (UNEP); WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO). **Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers**. 2005. Disponível em: <<http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/dtix0592xpa-tourismpolicyen.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

UNWTO. **Tourism and Sustainable Development Goals**. Disponível em: <<http://tourism4sdgs.org/tourism-for-sdgs/tourism-and-sdgs/>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

VALE, T. F. **A gestão do território e os benefícios de um geopark**: Ações visando a implantação do Projeto Geopark Fernando de Noronha (PE). 2017. 189 f. Dissertação (Mestrado em Gestão do Território) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2017. Disponível em: <<http://tede2.uepg.br/jspui/handle/prefix/595>>. Acesso em: 5 fev. 2018.

VALE, T. F do; MOREIRA, J. C; HORODYSKI, G. S. *Geo-food*: Uma nova perspectiva de conservação do patrimônio geológico. IN: ENCONTRO BRASILEIRO DE TURISMO DE BASE LOCAL, 13., 2014, Juiz de Fora. **Anais**. Juiz de Fora, 2014. p. 167-179.



# ORGANIZADORES

## **VILANI, Rodrigo Machado**

Mestre em Direito (2006) e Doutor em Meio Ambiente (2010) pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Realizou pós-doutorado no Programa de Biodiversidade e Saúde da Fundação Oswaldo Cruz (2014). É professor adjunto da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), onde ingressou em 2014. É docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Ecoturismo e Conservação (Mestrado Profissional) da UNIRIO. Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Ecoturismo e Conservação (2017-2019). Foi Editor-Chefe do Boletim Petróleo, Royalties e Região de junho de 2012 a junho de 2018. Lidera o Grupo de Pesquisa 'Ecoturismo e Desenvolvimento' e é pesquisador do Grupo de Pesquisa MEANDROS da Fiocruz.

## **VANZELLA, Elídio**

Doutor em modelos de decisão em saúde (Estatística) pela UFPB, mestrado em modelos de decisão em saúde, especialista em gestão de pessoas e graduado em administração. Professor na Estácio faculdades e na Unifuturo. Membro pesquisador do GCET. e-mail: evanzella@yahoo.com.br

## **BRAMBILLA, Adriana**

Graduada em Administração de Empresas pela FAAP (Fundação Armando Álvares Penteado-SP), Mestre em Administração pela UFPB (Universidade Federal da Paraíba) e Doutora pelas Universidades de Aveiro e do Minho (Portugal). Professora do Departamento de Turismo e Hotelaria da UFPB, coordenadora do GCET-Grupo de Cultura e Estudos em Turismo e colaboradora do Grupo de Pesquisa CLLC da Universidade de Aveiro (Portugal).

# CAPA

## **BARBOSA NETO, Feliciano de Medeiros**

Sócio diretor do Vind Creative Studio; atua como docente em vários cursos de pós-graduação e como consultor em gestão de marcas.

---



# AUTORES

## **BURSZTYN, Ivan**

Professor adjunto do Curso de Gastronomia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Colaborou com o projeto “Alimentos bons, limpos e justos: ampliação e qualificação da participação da agricultura familiar brasileira no movimento Slow Food” coordenando as atividades no estado do Rio de Janeiro. e-mail: [ivan@gastronomia.ufrj.br](mailto:ivan@gastronomia.ufrj.br)

## **FERREIRA, Francisco Romão**

Sociólogo, com mestrado em História da Arte e Doutorado em Ciências. É pesquisador do Núcleo de Estudos sobre Cultura e Alimentação (NECTAR), professor do Instituto de Nutrição da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e atua no Programa de Pós-Graduação em Alimentação, Nutrição e Saúde. e-mail: [chico.romao@yahoo.com.br](mailto:chico.romao@yahoo.com.br)

## **GRASSI, Pedro Henrique**

Graduado em Psicologia pela UFF, mestrando em Alimentação, Nutrição e Saúde pela UERJ, na linha de pesquisa de Políticas, Saberes e Práticas em Alimentação, Nutrição e Saúde do Instituto de Nutrição. e-mail: [grassi.pedroh@gmail.com](mailto:grassi.pedroh@gmail.com)

## **HORODYSKI, Graziela Scalise**

Doutora em Geografia pela UFPR; Mestre em Turismo e Hotelaria pela UNIVALI e; Bacharela em Turismo pela UEPG. Docente e pesquisadora do Departamento de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa e do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná, e líder do Centro de estudos em gestão estratégica e marketing em Turismo (MarkTur/UEPG). Sua área de pesquisa está voltada ao consumo turístico. e-mail: [grazi.tur@gmail.com](mailto:grazi.tur@gmail.com)



### **LANÇA, Viviane Soares**

Mestre em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade CPDA/UFRRJ. Pós-graduada MBA em Gestão Hoteleira pela UFRRJ. Bacharel em Turismo pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (2010). Atua como professora auxiliar do curso de Turismo das Faculdades São José/RJ, como Tutora a distância do Curso de Licenciatura em Turismo UFRRJ - Fundação CECIERJ/Consórcio CEDERJ, e como Instrutora de Hospitalidade no Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac). Tem experiência na área de Turismo, com ênfase em Políticas Públicas, Sociologia Rural e Segurança Alimentar. e-mail: lanca.viviane@gmail.com.

### **LIBERALESSO, Andréia Maria**

Nutricionista (PUCRS), Consultora de alimentos, mestranda de Agronegócios (UFRGS) e docente da Escola Técnica Universitário. Atuou como gestora geral do restaurante vegetariano e vegano Nataraj, Agente Local de Inovação – SEBRAE/RS, com 73 empresas atendidas do setor de alimentos e serviços na Região Metropolitana, nutricionista responsável pela gestão da equipe e produção do Hospital São Lucas da PUCRS, Nutricionista Gestora do Alecrim Sabor & Saúde, Empreendedora Individual e proprietária da empresa Integrally Alimentos (Patente de Invenção de produto), Nutricionista de produção nos restaurantes Mestre e Pastellon e Nutricionista responsável técnica da Clínica Pinel. e-mail: nutri.andreialiberalesso@gmail.com

### **MARTINS, Leonardo Campos**

Bacharel em gastronomia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Colaborou com o projeto “Alimentos bons, limpos e justos: ampliação e qualificação da participação da agricultura familiar brasileira no movimento Slow Food” na condição de bolsista extensionista.



### **MATTE, Alessandra**

É Pós-Doutoranda em Desenvolvimento Rural (UFRGS/CNPq PDJ 400285/2017-7). Doutora e Mestra em Desenvolvimento Rural pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural (PGDR), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Tem experiência na área de Sociologia Rural, com ênfase em Desenvolvimento Rural, atuando principalmente com as seguintes temáticas de pesquisa: mercados, convenções, sociologia da alimentação, vulnerabilidade, sucessão rural, todas relacionadas à pecuária e agricultura familiar. Integrante da Rede LiFLoD (Livestock Farming and Local Development Network), participando de projetos e ações vinculados à Global Agenda of Actions/FAO. E-mail: alessandramatte@yahoo.com.br

### **MENEGUEL, Cinthia Rolim de Albuquerque Meneguel**

Doutoranda em Turismo e Hotelaria. Mestre em Turismo Cultural com especialização em Gastronomia. Mestre em Análise Geoambiental. Especialização em Formação de Professores com ênfase no Ensino Superior. Graduada em Turismo e Hospitalidade. Professora do curso de graduação em Gestão de Turismo do IFSP – câmpus Cubatão. Membro da RIBERESCO – La Red Iberoamericana de Investigadores en Emprendimiento Social y Codesarrollo/Espanha. Revisora de periódicos acadêmicos e científicos. Membro dos grupos de pesquisa: Athens Institute for Education and Research – Tourism and Environment research units, Hospitalidade e Turismo – UNIVALI e Observatório do turismo do litoral paulista. e-mail: cameneguel@gmail.com

### **MOREIRA, Jasmine Cardozo**

Pós-doutora pela Universidade West Virginia e Universidade de Zaragoza; Doutora em Geografia pela UFSC; Mestre em Turismo e Hotelaria pela UNIVALI e; Bacharela em Turismo pela UFPR. Docente do Departamento de Turismo e do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). É professora adjunta assistente (visitante) da Universidade de West Virgínia e coordenadora do Laboratório de Turismo em Áreas Naturais da UEPG (LabTan-UEPG). Sua área de pesquisa são geoparks, interpretação ambiental, uso público e unidades de conservação. e-mail: [jasminecardozo@gmail.com](mailto:jasminecardozo@gmail.com)

### **OLIVEIRA, Letícia**

Possui graduação em Administração pela Universidade Federal de Lavras (2001), mestrado em Administração pela Universidade Federal de Lavras (2004) e doutorado em Agronegócios pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2009). Atualmente é professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Tem experiência na área de administração financeira, avaliação de projetos de investimentos, ciências contábeis, controladoria, gestão de custos e agronegócios. e-mail: [leticiaoliveira@ufrgs.br](mailto:leticiaoliveira@ufrgs.br)

### **PODESTÁ, Marcelo Aragão de**

Mestre em História e Cultura da Alimentação pela Universidade de Bologna – Itália (2011) e bacharel em Comunicação Social pela UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais), com ênfase em Publicidade e Propaganda (2008). Membro da Associação Slow Food como Facilitador Regional Sudeste Brasil e líder do Convívio Belo horizonte.



### **PORTE, Luciana Helena Maia**

Doutora em Ciências de Alimentos pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professora associada da área de alimentos, do curso de Bacharelado em Turismo na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Tem experiência na área de alimentos, alimentação, agroindústria e segurança alimentar. e-mail: lhmaia2004@yahoo.com.br.

### **PREISS, Potira Viegas**

É Coordenadora Executiva da III Conferência Internacional Agricultura e Alimentação em uma Sociedade Urbanizada - AgUrb a ser realizada pela UFRGS entre os dias 17 e 21 de setembro de 2018. Doutora em Desenvolvimento Rural pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural (PGDR), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Tem experiência na área Interdisciplinar, com ênfase em Desenvolvimento Rural e Desenvolvimento Sustentável e atua principalmente com as seguintes temáticas de pesquisa: relações produção-consumo, politização do consumo, agroecologia, movimentos e tendências alimentares, construção de conhecimento, desenvolvimento sustentável. É integrante do Grupo de Estudos e Pesquisas em Agricultura Familiar e Desenvolvimento Rural (GEPAD). E-mail: potipreiss@gmail.com

### **SCHINAIDER, Alessandra Daiana**

Atua no programa Agentes Locais de Inovação (SEBRAE/CNPq). Mestre em Desenvolvimento Rural (PGDR) pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Possui graduação em Administração pela UFSM- campus Palmeira das Missões (2015). Em 2016, teve dois artigos que receberam menção honrosa ao Prêmio Professor Sérgio Escorsin e foi destaque acadêmica bacharel em administração UFSM- campus Palmeira das Missões. e-mail: alessandra\_082@hotmail.com



### **SCHINAIDER, Anelise Daniela**

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Agronegócios pela UFRGS e Administradora pela UFSM-campus Palmeira das Missões. Recebeu menção honrosa do artigo intitulado "A Gestão do Conhecimento: um estudo de caso aplicado na Biblioteca da UFSM- Campus Palmeira das Missões" e do artigo intitulado "Comportamento do consumidor educacional: seu perfil e o processo de tomada de decisão", ambos no Congresso Internacional de Administração, em 2016. Foi tutora do curso superior em Desenvolvimento Rural - PLAGEDER, na modalidade de Ensino a Distância oferecido pela UFRGS. e-mail: aneliseschinaider@gmail.com

### **SEIXAS, Cristiane Marques**

Doutora em Teoria Psicanalítica pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, Professora Adjunta no Programa de Pós-graduação em Alimentação, Nutrição e Saúde e pesquisadora do Núcleo de Estudos sobre Cultura e Alimentação (NECTAR) do Instituto de Nutrição da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. e-mail: cris.marques.seixas@gmail.com

### **TRICÁRICO, Luciano Torres**

Doutorado, mestrado e graduação em Arquitetura e Urbanismo pela USP/Brasil. Professor e pesquisador da Universidade do Vale do Itajaí. Coordenador do LaPa - Laboratório de Paisagismo Aplicado da Universidade do Vale do Itajaí. Líder do Grupo de Pesquisa Turismo, Hospitalidade e Gastronomia, vinculado ao CNPq. Editor da Revista Turismo: Visão e Ação. Avaliador ad hoc de vários periódicos científicos nacionais e internacionais. Comendador por mérito social acadêmico (2015) e Embaixador da qualidade pela Associação Brasileira de Liderança (2017). Atuação principal nos seguintes temas: urbanização, urbanização em São Paulo, cultura e patrimônio. E-mail: tricarico@univali.br



### **VALE, Tatiane Ferrari do**

Mestre em Gestão do Território e Bacharela em Turismo pela UEPG. Pesquisadora no Laboratório de Turismo em Áreas Naturais da Universidade Estadual de Ponta Grossa (LabTan-UEPG). Sua área de pesquisa está relacionada ao turismo em áreas naturais, com ênfase em geoparks, turismo sustentável e conservação da natureza. e-mail: tatianefdovale@gmail.com

### **VILANI, Rodrigo Machado**

Mestre em Direito (2006) e Doutor em Meio Ambiente (2010) pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Realizou pós-doutorado no Programa de Biodiversidade e Saúde da Fundação Oswaldo Cruz (2014). É professor adjunto da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), onde ingressou em 2014. É docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Ecoturismo e Conservação (Mestrado Profissional) da UNIRIO. Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Ecoturismo e Conservação (2017-2019). Foi Editor-Chefe do Boletim Petróleo, Royalties e Região de junho de 2012 a junho de 2018. Lidera o Grupo de Pesquisa 'Ecoturismo e Desenvolvimento' e é pesquisador do Grupo de Pesquisa MEANDROS da Fiocruz.



### ***Nota dos organizadores***

*O serviço de revisão dos manuscritos coube aos autores dos capítulos. As informações e opiniões contidas nos capítulos não refletem necessariamente a visão dos organizadores e são de responsabilidade de seus autores. Os organizadores esclarecem que a citação total e/ou parcial dos textos contidos na obra deve ser feita de acordo com as normas científicas.*



O **GCET – Grupo de Cultura e Estudos em Turismo**, ligado ao Departamento de Turismo e Hotelaria (DTH) do Centro de Comunicação, Turismo e Artes (CCTA), faz parte da UFPB-Universidade Federal da Paraíba, e do Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq. Tem o intuito de apresentar temáticas plurais, com foco nas questões de interesse acadêmico e empresarial, contribuindo para uma melhor compreensão do Turismo e da Hotelaria, no contexto do patrimônio cultural, impactos sócio-culturais, econômicos e ambientais, globalização, relações interculturais e comportamento do turista.



O Departamento de Turismo e Patrimônio da **Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO)** possui um quadro docente heterogêneo e a formação diversificada permite que o Turismo, no âmbito do ensino, da pesquisa e da extensão, seja analisado, discutido e refletido a partir de uma perspectiva interdisciplinar. Sob esse prisma, Joice, Maria Amália e Rodrigo unem-se a esta Série com o intuito de contribuir para o fortalecimento e a reflexão sobre a alimentação enquanto tema que favorece a produção de conhecimentos em turismo, sustentabilidade e processos sociais, e para divulgar e dar visibilidade as iniciativas e experiências que caminham ao encontro desses objetivos.