

O SEIKATSU CLUB: IMBRICAMENTO ENTRE REDES SOCIAIS, SEGURANÇA DOS ALIMENTOS, SUSTENTABILIDADE E O PROCESSO INSTITUCIONAL NO JAPÃO

Eugenio Ávila Pedrozo¹

Rua Washington Luiz, 855 – Sala 412
CEP: 90010-460 Porto Alegre/RS Brasil
E-mail: epedrozo@ea.ufrgs.br

Tania Nunes da Silva¹

Rua Washington Luiz, 855 – Sala 411
CEP: 90010-460 Porto Alegre/RS Brasil
E-mail: tnsilva@ea.ufrgs.com.br

Izabel Cristina. Takitane²

Caixa Postal 237
CEP: 18603-970 Botucatu/SP Brasil
E-mail: iztak@fca.unesp.br

¹ Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS
Escola de administração – PPGA
CEP: 90010-460 Porto Alegre/RS Brasil

² Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - UNESP
Faculdade de Ciências Agrônomicas - FCA
Depto. de Gestão e Tecnologia Agroindustrial
CEP: 18603-970 Botucatu/SP Brasil

Resumo:

Grandes mudanças, relacionadas ao meio ambiente, estão ocorrendo e sendo discutidas por um crescente número tanto de especialistas como de membros da sociedade em geral. A maneira como os alimentos são produzidos também causa impactos no meio ambiente e na saúde das pessoas. Novas estratégias emergem para tratar da segurança dos alimentos. Elas não são somente baseadas em fatores econômicos ou organizacionais, mas, também, em novos padrões no consumo de alimentos, com ênfase em características do desenvolvimento sustentável. Além disso, são cada vez mais valorizados os arranjos produtivos (ou organizacionais), como o das “cooperativas de consumidores”, baseadas nos conceitos de redes sociais e legitimadas por processos institucionais. Essas novas configurações podem auxiliar na aplicação e difusão de novos conceitos no mercado de alimentos e podem avançar em direção a alternativas mais

O Seikatsu Club: imbricamento entre redes sociais, segurança dos alimentos, sustentabilidade e o processo institucional no Japão

sustentáveis. Usando um estudo exploratório baseado na experiência do Seikatsu Club, que se orienta pelo movimento Agricultura Apoiada na Comunidade (Community Supported Agriculture – CSA) e pelo Sistema Sanchoku. Esses movimentos e as ações por eles praticadas proporcionam benefícios devido ao relacionamento mais direto entre consumidores de produtos orgânicos e produtores rurais orgânicos japoneses, que , também, participam de redes sociais e estão alinhados à lógica da sustentabilidade. Isso conduz a soluções mais sustentáveis para toda a sociedade.

Palavras-chave: Sustentabilidade, segurança alimentar, redes sociais, cooperativa, processo institucional.

1 INTRODUÇÃO

Cada vez mais, os estudos do agronegócio valorizam soluções que transcendem as fronteiras da organização, envolvendo a produtividade ao longo de toda a cadeia de produção e utilizando múltiplas dimensões para a análise da mesma. Alimentos produzidos em bases sustentáveis e segurança alimentar são, também, tendências crescentes junto aos consumidores de alimentos. Quando esses alimentos são orgânicos tem-se um duplo benefício, tanto para o consumidor como para o produtor, que é menos afetado no momento de produzir esses alimentos. Além disso, cresce o número de iniciativas que mostram um maior comprometimento, da produção e do consumo, com o desenvolvimento das comunidades locais, envolvendo as organizações privadas (preocupadas com as necessidades do consumidor), públicas, associativas ou cooperativas, sociedades civis, dentre outras. As atividades são desenvolvidas visando à eliminação ou redução do uso de produtos artificiais e procuram um relacionamento mais direto entre as pessoas e/ou grupos envolvidos.

Forsman e Paananen (2002), por exemplo, enfatizam a importância de se trabalhar com a idéia de cadeias curtas na produção de alimentos, para pequenos volumes. Os autores propõem uma mudança da visão tradicional de cadeia de alimentos (entradas ? produção ? agroindústria ? atacadistas ? varejistas ? consumidores) para cadeias de fornecimento de alimentos mais curtas com a participação tripartite de consumidores/processadores locais, consumidores e unidades de alimentação (“restauração”), orientando-se pela crescente busca de maior valor agregado. Uma outra forma para simplificar o relacionamento é o uso do conceito de redes. Nesse sentido, podem-se considerar dois ou mais membros ou redes que podem se relacionar diretamente entre si. Essa é uma prática já consolidada entre consumidores e produtores rurais japoneses e que serão analisados neste artigo.

A situação acima apresentada está ligada, também, à preocupação dos consumidores e da indústria japonesa, a respeito das tendências futuras dos hábitos de consumo de alimentos. Como exemplo desses distúrbios alimentares pode-se citar o aparecimento da Encefalopatia Espongiforme Bovina (*Bovine Spongiform Encephalopathy* - BSE), a F.M.D. (*foot and mouth disease*), a dioxina e a contaminação de leite no processo agroindustrial, que são fatos ocorridos no Japão e em outras partes do mundo, que causou mudanças tornando a soja como a fonte principal de proteína animal. Com relação aos alimentos transgênicos, alguns grupos de

O Seikatsu Club: imbricamento entre redes sociais, segurança dos alimentos, sustentabilidade e o processo institucional no Japão

consumidores também podem sofrer possíveis efeitos na segurança da produção de carne bovina devido ao uso de matéria-prima transgênica na alimentação dos animais. Os consumidores japoneses estão se tornando cada vez mais conscientes sobre isso e focam-se em alimentos limpos e saudáveis, com alta qualidade. A demanda por produtos orgânicos e naturais está aumentando devido aos novos hábitos dos consumidores a respeito do meio ambiente, saúde e nutrição.

No Japão, o consumo de alimentos orgânicos (sem produtos químicos ou com reduzidas quantidades dos mesmos) representa, anualmente, US\$ 4 bilhões, sendo 70% de frutos e vegetais, 20% de arroz e 10% de alimentos processados e outros produtos. O mercado de alimentos orgânicos cresce a uma taxa de 20% ao ano, com uma previsão de crescimento anual de 15% para os próximos anos. Estima-se que o consumidor consciente está de acordo em pagar 20 a 30% a mais por produtos orgânicos, quando comparados com os preços dos produtos tradicionais similares. Essa situação levou o governo japonês, em 2001, a estabelecer novas regras rígidas para a indústria de alimentos de produtos orgânicos.

Nesse artigo são discutidas as soluções para os problemas acima mencionados, focando-se sobre o conhecimento e a prática japoneses relativas aos movimentos convergentes de consumidores e de produtores de alimentos. Do ponto de vista conceitual, a exploração dessa realidade está baseada nos conceitos de redes sociais, segurança alimentar, sustentabilidade e processo institucional.

O objetivo do estudo é de analisar as redes orgânicas estabelecidas entre consumidores e produtores rurais japoneses, através da União Cooperativa de Consumidores Seikatsu Club, do ponto de vista da sustentabilidade.

Além dessa introdução, trata-se a seguir dos procedimentos metodológicos do estudo; seguido da apresentação da revisão da literatura sobre redes sociais, sustentabilidade, segurança alimentar e teoria institucional. O próximo item será a apresentação do fenômeno estudado e os resultados obtidos da exploração do mesmo, ou seja, da Agricultura Apoiada na Comunidade, o sistema Teikei, Sistema *Sanchoku*, e o Seikatsu Club. Finalmente, são apresentadas as considerações finais e as referências bibliográficas.

2) PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo de caso é um tipo de método qualitativo das ciências sociais que, segundo Yin (1994), descreve uma pesquisa empírica, a qual investiga um fenômeno contemporâneo inserido em um contexto real da vida, quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes e múltiplas fontes de evidência são utilizadas.

A natureza deste estudo é exploratória (SELLTIZ et al., 1975), baseada na coleta de dados secundários (artigos, documentos da cooperativa) e de dados primários. Os dados primários originam-se de entrevistas em profundidade com pesquisadores japoneses e observações feitas pelo terceiro autor do presente artigo, que viveu no Japão no período compreendido entre outubro de 2001 a abril de 2002.

As organizações cooperativas de distribuição, os produtores rurais de produtos orgânicos e os proprietários de organizações privadas foram visitadas em fevereiro de 2002. Essas organizações atuam na comercialização de produtos orgânicos seguindo uma estratégia de desenvolvimento regional. As organizações privadas obtêm seus produtos de produtores rurais individuais ou organizados em grupos, e conseguem estabelecer uma relação de comprometimento com os mesmos. Esse tipo de organização foi encontrado na região de Aoyama. A herança cultural do povo japonês promove melhorias continuamente nestas formas organizacionais de produção e de comercialização.

As entrevistas foram feitas com instrutores japoneses da Universidade de Kokugami e da Universidade de Agricultura e Tecnologia de Tóquio (Tokyo University of Agriculture and Technology, TUAT). O presente estudo é o resultado inicial de um projeto de pesquisa, que está sendo estabelecido entre pesquisadores do Brasil e do Japão, sobre estruturas de produção, de distribuição e de consumo, incluindo hábitos do consumidor, de produtos agropecuários. O consumidor está cada vez mais buscando produtos seguros, saudáveis, sustentáveis em relação ao meio ambiente, comercializados através de comércio justo e, estão buscando encontrar esses atributos nas cooperativas de consumo que existem no Japão.

Foram mantidos contatos com executivos de negócios como o presidente e os diretores da EMRO, de Naha (Okinawa). EMRO é a organização que comercializa, em vários países do mundo. O EM pode ser empregado em diversas áreas, tais como fertilizantes para sistemas de produção orgânicos, limpadores de águas poluídas, limpeza de casas e outros usos. Também, foi contatado o engenheiro agrônomo Shimpei Murakami, administrador do Aino Kai, que comercializa produtos orgânicos diretamente com o consumidor de Aoyama, e é diretor de uma

escola, a única *private high school* no Japão que forma técnicos agrícolas em produção orgânica. Todos (estudantes, professores e empregados) vivem numa comunidade sustentável praticando todos os princípios orgânicos.

3) SEGURANÇA DOS ALIMENTOS, SUSTENTABILIDADE, REDES SOCIAIS E O PROCESSO INSTITUCIONAL

O fenômeno estudado é melhor apreendido pela utilização conjunta de várias abordagens teóricas, que se sobrepõem umas as outras e se retroalimentam, caracterizando um imbricamento, e que são apresentadas nesse item: a segurança dos alimentos, a sustentabilidade, as redes sociais e o processo institucional.

A segurança alimentar pode ter dois sentidos: o do termo *food security* e o de *food safety*. O primeiro está relacionado com a quantidade ou capacidade de alimentos disponibilizados pelos países para satisfazer as necessidades alimentares de suas populações (TEIXEIRA, 1981; OLIVEIRA E THÉBAUD-MONY, 1997). O segundo diz respeito aos atributos qualitativos dos alimentos em termos de saúde e de segurança de estar consumindo produtos saudáveis (SPERS, 2000). No presente artigo, relativo ao Japão, apesar de ser mais enfatizada a idéia de *food safety*, também está presente a idéia de *food security*.

Sobre essa questão pode-se mencionar o caso da Bélgica que, preocupada com os problemas de segurança alimentar, construiu o sistema de rastreabilidade para a cadeia de carne de frango denominado SANITEL-P (VERBEKE E VIANE, 2000), que vem sendo adaptado desde os anos 1960, quando auxiliou na erradicação de doenças animais como a brucelose e tuberculose. Atualmente, ele teve eficiência comprovada no rastreamento dos casos de BSE ou “mal da vaca-louca” e dioxina. Esse sistema visa à obtenção de produtos de qualidade, seguros e saudáveis. Na realidade, trata-se de características que se alinham com as preocupações existentes da discussão sobre desenvolvimento sustentável.

O conceito de desenvolvimento sustentável é fundamental para o presente estudo. A idéia central de desenvolvimento sustentável foi definida pela Comissão Mundial sobre Meio ambiente e Desenvolvimento (World Commission on Environment and Development – WCED, 1987) como o processo de transformação pelo qual os recursos, os investimentos, o desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional são harmonizados e reforçam o potencial presente sendo

capaz de atender as necessidades e aspirações humanas. Isto está de acordo com uma estratégia de desenvolvimento global que nos anos 1970 e em parte dos anos 1980 foi conhecido como eco-desenvolvimento e mais recentemente como desenvolvimento sustentável. Nesse sentido, a sustentabilidade ocorre quando a natureza necessita de recursos econômicos, mas, estes são gerados por atividades ambientais saudáveis, visando manter a diversidade biológica e a qualidade de vida para as gerações futuras

O presente estudo adota o conceito de sustentabilidade de Costanza, Daly & Bartholomew (1991, 8) devido às características e os objetivos deste estudo. Para esses autores, sustentabilidade é “um relacionamento entre sistemas econômicos dinâmicos humanos e sistemas dinâmicos num sentido mais amplo, mas, normalmente, com mudanças menores nos sistemas ecológicos, onde (a) a vida humana pode continuar indefinidamente, (b) os indivíduos humanos podem florescer, e (c) culturas humanas podem desenvolver-se, mas, no qual os efeitos das atividades humanas permanecem nos limites, de maneira que não destruam a diversidade, a complexidade e a função de sistema ecológico de apoio à vida”.

Jennings, Devereaux & Zandbergen (1995) escreveram que os teóricos ecológicos (*greening*) têm modificado os modelos existentes das estratégias organizacionais para incluir pressões ambientais e respostas organizacionais, visando tornar as firmas mais proativas. Organizações mais proativas são geralmente consideradas como organizações mais sustentáveis. A característica principal é como institucionalizar estas novas tendências para uma organização isolada ou, mesmo, para arranjos organizacionais.

Um aspecto crítico no processo de institucionalização do desenvolvimento sustentável é a aceitação ou legitimação dos conceitos e práticas. A aceitação das práticas depende (a) da construção de campos sociais e organizacionais e (b) da difusão dos conceitos, regras ou práticas. Estes campos constituem um conjunto de elementos em sistemas mais amplos e auxiliam na promoção da sustentabilidade (JENNINGS, DEVEREAUX & ZANDBERGEN, 1995).

Cada tipo de campo tem propriedades e estruturas que se relacionam entre si, e, também, exerce influência sobre outros tipos de práticas realizadas entre as firmas (JENNINGS, DEVEREAUX & ZANDBERGEN, 1995). O conceito de campo organizacional está relacionado ao processo institucional. Para que um campo organizacional constitua-se numa prática ou tenha valor sustentável deve ser, preferencialmente, mais local do que não local, centrando-se naquelas

comunidades que tenham organizações mais profundamente envolvidas nos valores e nas práticas comunitárias (JENNINGS, DEVEREAUX & ZANDBERGEN, 1995).

As regras institucionais estão mais fortemente relacionadas com as regras de representação, de constituição e normativas, e buscam sustentar, a instituição que provavelmente será percebida como única e isso terá um impacto sobre a sustentabilidade. Um dos fatores mais importantes no processo institucional é como os elementos tornam-se ou fatos sociais (JENNINGS, DEVEREAUX & ZANDBERGEN, 1995).

A abordagem institucional é útil porque, ao focar no processo pelo qual esses elementos tornam-se imbricados ou enraizados nas instituições ou nas práticas aceitas, descrevem como as atividades das organizações podem, continuamente, contribuir para a sustentabilidade (JENNINGS, DEVEREAUX & ZANDBERGEN, 1995).

Os ecologistas sugerem que organizações individuais não podem ser sustentáveis. Eles, também, sugerem que organizações individuais não contribuem para a sustentabilidade no mesmo nível que as redes regionais de organizações ou indústrias locais, na busca de melhorias de ecossistemas. Além disso, ao se considerar modelos mais complexos de sustentabilidade e considerando redes de organizações regionais, contabilidade e inovações de base poderiam tornar a teoria organizacional mais completa em suas explicações da sustentabilidade (JENNINGS, DEVEREAUX & ZANDBERGEN, 1995).

Esta situação sugere um reforço das redes regionais. As redes regionalizadas são muito importantes e sua difusão ocorre nos níveis de análise interorganizacional e comunitário. Estas redes não são necessariamente vistas como centradas sobre as comunidades (JENNINGS, DEVEREAUX & ZANDBERGEN, 1995).

Gulatti (1998) trabalha a idéia de redes sociais ao invés de tratar de redes regionais. Ele afirma existem duas abordagens analíticas para examinar a influência das redes sociais. A primeira enfatiza as vantagens diferenciais informacionais oferecidos pelas redes sociais, enquanto que, a segunda realça o controle sobre o benefício que os atores podem ter por estarem participando nessas redes sociais.

Em um outro estudo, Gladwin, Kennely & Krause (1995) mencionam critérios referentes à conformidade, congruência e de utilidade pelos quais um conjunto de pressupostos paradigmáticos é mais provável de produzir desenvolvimento sustentável na prática. Eles propõem que uma visão mais global, que seja congruente com desenvolvimento sustentável, deve

manifestar as características como inclusividade conectividade, equidade, prudência e segurança (GLADWIN, KENNELLY & KRAUSE, 1995).

Mesmo para as organizações corporativas, alguns aspectos relacionados à sustentabilidade são importantes nos dias atuais. A responsividade ecológica, por exemplo, é crítica. A responsividade ecológica é um conjunto de iniciativas corporativas que visam mitigar o impacto das firmas sobre o ambiente natural (BANSAL & ROTH, 2000). Nesse sentido, uma análise de dados coletados junto a 53 firmas no Reino Unido e no Japão revelou três motivações principais: a competitividade, a legitimação e a responsabilidade ecológica (BANSAL & ROTH, 2000). Duas dessas dimensões, a legitimação e a responsabilidade ecológica, estão alinhadas com as preocupações do paradigma sustentável. Fundamentalmente, para a legitimação são importantes os aspectos regulatórios, as redes com grupos com interesse ambiental e a gestão das impressões (BANSAL & ROTH, 2000).

Para outras organizações, a demanda tem grande influência sobre a responsividade ecológica. Caso o movimento ambiental tenha influência sobre o valor das moedas nacionais (variação do dólar, por exemplo), devido ao nível da consciência ecológica do mercado, ele deve ser levado em conta nas análises. Além disso, o crescimento dos aspectos regulatórios, que levam em conta os aspectos ambientais das práticas corporativas, tem começado a influenciar as estratégias corporativas. Nesse sentido, Bansal & Roth (2000) propõem o conceito de estratégia de marketing “empresarial-ambiental” (*enviropreneurial*) que reflete a confluência de objetivos de desempenho sociais, orientações empreendedoras corporativas e estratégia de marketing, como orientações que integram aspectos ambientais. A preocupação central, nesse caso, diz respeito à dimensão da reputação da corporação.

Egri & Pinfield (1995), em sua revisão sobre as abordagens organizacionais, reconhecem três paradigmas para a sustentabilidade: o paradigma social dominante, o ambientalismo radical, a reforma ambientalista. Eles sugerem que a sustentabilidade também requer sistemas organizacionais interligados com sistemas sociais e ecológicos, de maior amplitude, contribuindo, dessa maneira, com a sustentabilidade. Algumas características do paradigma social dominante é uma lógica centrada no homem e considera que os recursos naturais são infinitos. Para o ambientalismo radical são essenciais a cooperação e a harmonia com a natureza, considerando os recursos naturais muito limitados, praticamente intocáveis. O paradigma da reforma ambientalista

procura “administrar a natureza”, considerando os recursos naturais limitados mas que podem ser substituídos, e trabalha com a idéia de desenvolvimento sustentável do ambiente natural.

Esta discussão está profundamente ligada ao ambiente da produção rural. A discussão sobre os sistemas de produção é fundamental, e a evolução da agricultura orgânica é uma forma de diminuir os prejuízos sobre o ambiente, pois outros sistemas de produção mais tradicionais, tanto de origem vegetal como animal, tem intensificado os efeitos nocivos sobre o ambiente. Isso está presente, por exemplo, na importância crescente do tratamento e do uso de dejetos animais.

O uso intensivo de sistemas de produção sustentável de suínos de alta tecnologia caracteriza uma reorientação na gestão de sistemas de produção. Uma abordagem sistêmica, onde se considera o processo de produção de suínos dentro de um ecossistema mais amplo, permite adotar tecnologias preventivas que diminuam o impacto ambiental, devido ao alto volume de dejetos produzidos, nas regiões de produção intensiva de suínos. Embora, iniciativas nesse sentido ainda não estão sendo implementadas, elas são necessárias (TAKITANE, 2001).

Tiezzi, Marchetinni e Ulgiati (1991) propõem, para iniciativas que envolvem a produção rural e agroindustrial, sistemas integrados de produção, nos quais o ecossistema natural deve ser incluído no sistema integrado de produção. Já, Egri (1993) examinou a evolução das propriedades rurais orgânicas como um conceito e prática desenvolvidos em comunidades rurais. As redes, que apóiam a produção orgânica das propriedades rurais, são de amplitude regional e são organizadas em torno de grandes propriedades rurais ou grandes cooperativas.

No próximo item são apresentadas as iniciativas existentes no Japão que serão analisadas à luz do referencial teórico escolhido e apresentado. Essas iniciativas iniciam por uma discussão do movimento CSA e chegam ao Seikatsu Club.

4) O MOVIMENTO CSA (AGRICULTURA APOIADA NA COMUNIDADE) E O SEIKATSU CLUB

Esse item é desenvolvido em três passos que se interpenetram: em primeiro lugar, a representação do movimento CSA ou o Sistema Teikei no Japão; em segundo lugar o sistema de cooperativas Sanchoku, e, finalmente, o Seikatsu Club do Japão.

4.1 O CSA ou o Sistema Teikei no Japão

No Japão, o CSA representa uma nova abordagem em relação ao crescimento das vendas, compras e consumo de alimentos saudáveis e seguros. A origem dessa preocupação é remota, de acordo com o ambientalismo radical (EGRI & PINFIELD, 1995) ou, quando as pessoas conhecem a origem dos alimentos consumidos e podem priorizar esse consumo nas estações em que são produzidos, respeitando a sazonalidade local de produção, e, assim podem ter uma dieta balanceada e nutritiva baseada em produtos naturais e locais.

O movimento CSA trata as relações existentes entre os proprietários, os consumidores e a terra. Ela simplifica a relação entre as pessoas e as fontes dos alimentos. Uma das orientações é a de que a produção deve ser levada diretamente da área onde é produzida aos membros do CSA, semanalmente.

A educação ambiental é integrada à filosofia do CSA como um aspecto relativo à segurança dos alimentos, que envolve uma interação entre a terra, os alimentos a propriedade rural. As crianças recebem essas noções, assim como aprendem sobre a origem das plantas. A comunidade de proteção para a agricultura começou nos anos 1960, na Alemanha, na Suíça e no Japão, em resposta aos aspectos de segurança dos alimentos e ao processo de urbanização das terras agrícolas. Em 1965, as donas de casas japonesas preocuparam-se com o aumento da importação dos alimentos e a perda das terras agrícolas, e, então, elas iniciaram o primeiro projeto CSA, denominado Sistema Teikei, no Japão (SAWANABORI, 1993).

O Seikatsu Club: imbricamento entre redes sociais, segurança dos alimentos, sustentabilidade e o processo institucional no Japão

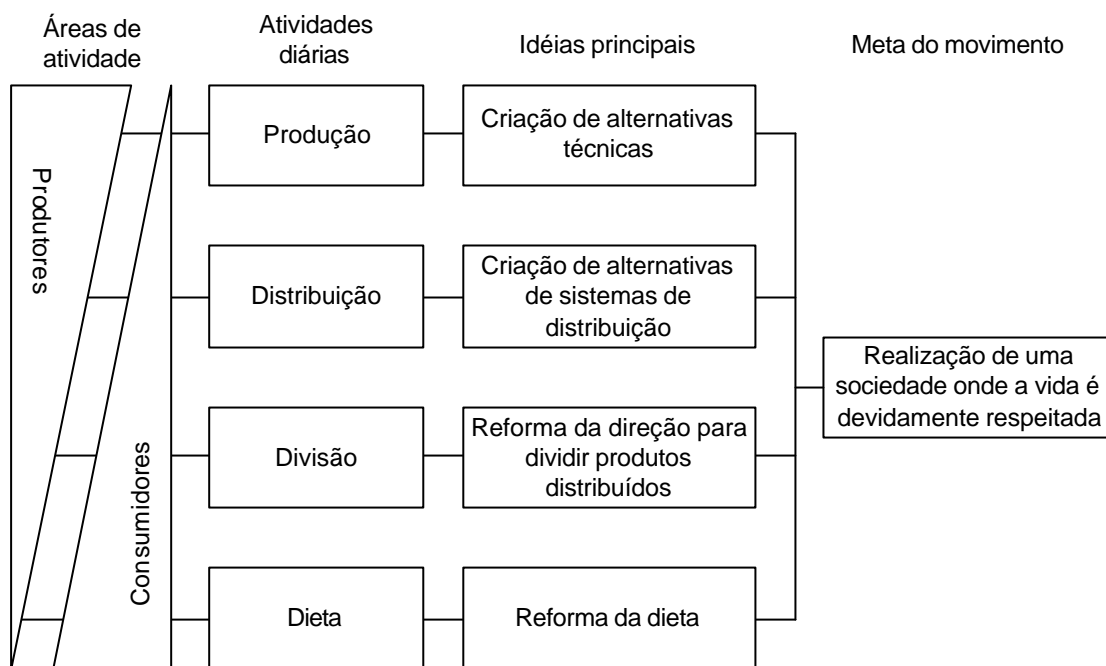


Figura 1 – Idéia básica do *Teikei*

Fonte: SAWANABORI, S. Teikei system, the producer-consumer co-partnership and the movement of the Japan organic agriculture association. In: IFOAM ASIAN CONFERENCE, 1993, Saitama, Japan. Disponível em: <<http://www.ica.apc.org/joaa/english/teikei.html>>. Acesso em: 6 jul. 2003.

O Sistema Teikei é uma forma de comercializar produtos agrícolas, onde uma forte cooperação, entre produtores e consumidores, prevalecem (ver figura 1). Ela representa a Associação Agrícola Orgânica Japonesa (*Japanese Organic Agricultural Association - JOAA*), fundada em 1971, cuja adesão é de natureza voluntária. Trata-se de uma organização não governamental na qual os membros são, predominantemente, produtores e consumidores, e buscam desenvolver e expandir o movimento agrícola orgânico. Nesse sentido, reforçam as idéias preconizadas por Egri (1993); Tiezzi, Marchetinni & Ulgiati, (1991), que, estudando a situação em outros países, também, incentivam as práticas orgânicas e os processos integrados de produção, envolvendo as propriedades rurais e as comunidades rurais.

Esta instituição não é subsidiada por nenhuma ajuda governamental ou corporativa, mas mantida exclusivamente pelas taxas de contribuição de seus membros, e não permite nenhuma inserção de anúncio em seu jornal mensal, permanecendo independente, sob o aspecto econômico, ou seja,

não valorizando necessariamente lógicas não-econômicas (COSTANZA, DALY & BARTHOLOMEW, 1991).

Essas iniciativas foram bem sucedidas porque houve a percepção de que a vida humana e o meio ambiente natural começaram a dar mostras da extrema degradação, como o caso da Baía de Minamata. Por isso, os consumidores ficaram apreensivos com relação à segurança dos alimentos e apoiaram a produção de alimentos não contaminados, como ovos, leite e alimentos processados sem aditivos químicos. A produção orgânica das propriedades rurais (EGRI, 1993) alinha-se com esses objetivos.

O Sistema Teikei, entre os produtores e os consumidores, representa um sistema alternativo de distribuição (figura 1), e podem ser associadas as redes regionais e sociais de Jennings, Devereaux & Zandbergen (1995) e GULATTI (1998), pois não dependem do mercado convencional, geralmente, mais longo, tendo construído um sistema de distribuição direto, onde há um contato e um relacionamento profundo entre os produtores e os consumidores; ambos fornecendo trabalho e capital para suportar o sistema de entrega. Pode-se mencionar que esse comportamento já está internalizado reforçando, portanto, o processo institucional de acordo com Jennings, Devereaux & Zandbergen (1995).

É importante mencionar que a dieta alimentar japonesa consiste em grandes quantidades de arroz, vegetais frescos, frutas, frutos do mar e pequenas quantidades de carne. Alimentos ocidentais estão se tornando popular entre as gerações mais jovens, sendo que o país importa 60% de suas necessidades alimentares. Porém, o governo possui a meta de atingir 45% da auto-suficiência em 2010 (NORSOY, 2001).

Esta dependência de alimentos importados no Japão, torna a cooperação internacional como um fator chave para manter uma segurança alimentar continuada. Ito (2001), mostrou algumas ações do movimento dos membros das cooperativas que procuram um sistema social para manter a segurança alimentar.

Do ponto de vista das regras estabelecidas (JENNINGS, DEVEREAUX & ZANDBERGEN, 1995), no sistema estudado, são estabelecidas pontos de entrega, onde 3 a 10 famílias de consumidores podem receber os produtos em suas casas (figura 2), com a participação das cooperativas e de seus produtores orgânicos associados, tal como preconizado por Egri (1993). O movimento orgânico japonês começou com este Sistema Teikei que não é somente uma idéia prática, mas também uma filosofia dinâmica para fazer as pessoas pensarem no melhor caminho a

O Seikatsu Club: imbricamento entre redes sociais, segurança dos alimentos, sustentabilidade e o processo institucional no Japão

trilhar em suas vidas, seja como produtores ou consumidores, através da interação entre ambos (SAWANABORI, 1993).

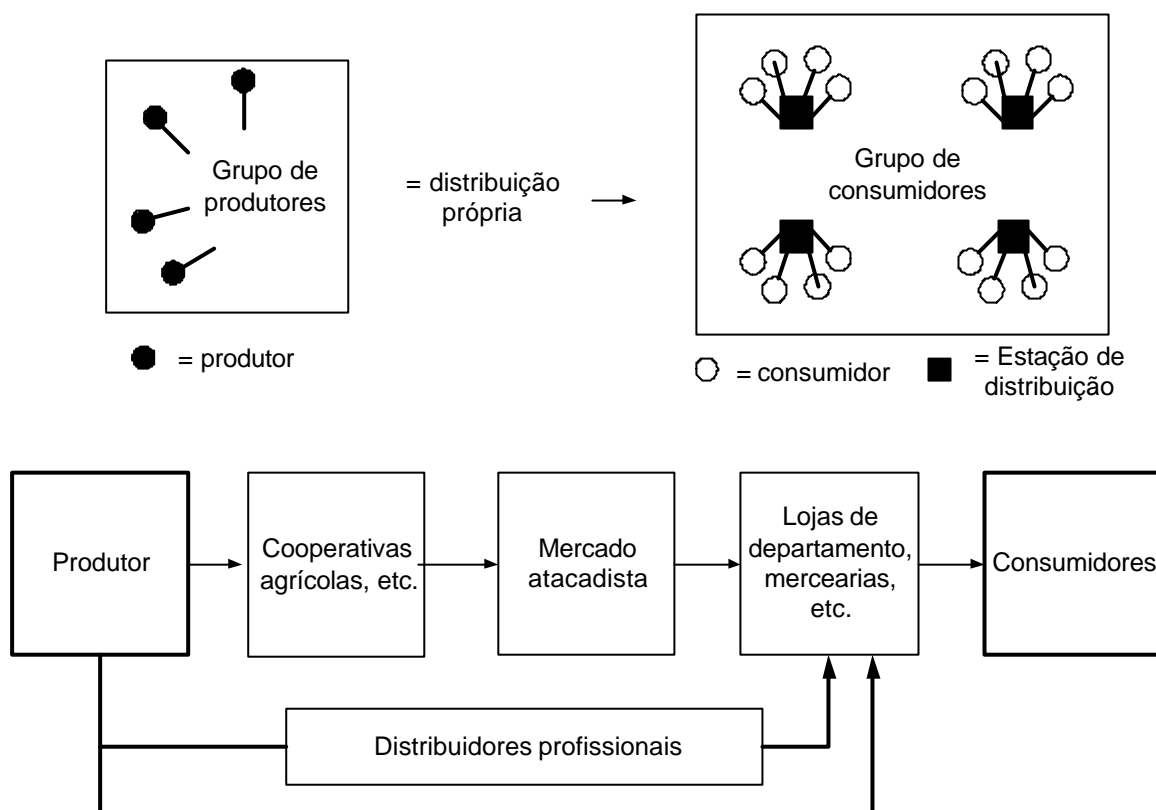


Figura 2 – Caminhos do *Teikei*

Fonte: SAWANABORI, S. Teikei system, the producer-consumer co-partnership and the movement of the Japan organic agriculture association. In: IFOAM ASIAN CONFERENCE, 1993, Saitama, Japan. Disponível em: <<http://www.jca.apc.org/joaa/english/teikei.html>>. Acesso em: 6 jul. 2003.

Segundo Sawanabori (1993), os dez princípios do Sistema Teikei, podem ser resumidos como segue, e reforçam a idéia de redes sociais (GULATTI, 1998):

1. construir um relacionamento criativo e amigável, não como uma mera parceria comercial;

2. produzir segundo um plano pré-adaptado sobre um acordo entre o produtor (es) e o consumidor (es);
3. aceitar todos os produtos entregue pelos produtores;
4. estabelecer preços no espírito do benefício mútuo;
5. comunicação mútua e profunda , com respeito mútuo e confiança;
6. administrar a distribuição própria , seja pelos produtores ou pelos consumidores;
7. ser democrático nas atividade em grupo;
8. tomar muito interesse nos estudos de assuntos relacionados à agricultura orgânica;
9. manter os membros de cada grupo em um número apropriado;
10. continuar um firme progresso sempre em direção a meta final da administração persuadida na agricultura orgânica e uma vida ecologicamente sadia.

De acordo com o processo institucional mencionado por Jennings, Devereaux & Zandbergen (1995), algumas regras podem contribuir para a aceitação ou legitimação de um campo organizacional. Isso ocorre com essas 10 regras mencionadas e assimiladas pelos atores estudados. Deve-se enfatizar a participação das cooperativas como atores principais destas redes e deste processo institucional.

4.2 Sistema Sanchoku

A formação de cooperativas de consumo no Japão teve origem na herança das cooperativas japonesas em decorrência da introdução da Sociedade Igualitária Pioneira Rochdale (Rochdale Equitable Pioneer Society) no Japão, em 1878, que concebia a cooperativa como uma empresa de cooperação. Essa preocupação levou, após a Guerra Japão-China, 1894-1895, à criação das cooperativas de consumo; após a colonização de Taiwan e a Coreia (GUTKNECHT, 2000).

O Japão promoveu, então, políticas de implantação industrial e promulgou o Ato Cooperativo Industrial baseado nas Uniões de Crédito Germânicas e nos sistemas cooperativos agrícolas. Nesta época, com o suporte da união dos movimentos trabalhistas, um pequeno número de cooperativas de consumo originaram os distritos urbanos baseados nas idéias de Rochdale.

Após a 2ª Guerra Mundial, novos modos de vida cooperativos apareceram em todo o país com forte apelo para qualidade de vida. A definição dos consumidores de procurar um meio de

O Seikatsu Club: imbricamento entre redes sociais, segurança dos alimentos, sustentabilidade e o processo institucional no Japão

subsistência cooperativo, por exemplo, foi adaptado do Ato das Cooperativas de Consumo de 1948. E, uma característica única das cooperativas de consumo japonesas é que elas incluem a promoção de atividades para ganhos de qualidade de vida material e cultural.

Aliás, pode-se dizer que a preocupação com a expansão dos defensivos, fertilizantes sintéticos e medicamentos veterinários usados na agricultura e produção animal, além das grandes quantidades de aditivos sintéticos na produção dos alimentos processados, a partir da década de 1960, marcou o início da preocupação dos consumidores com a segurança alimentar. Isso significa a prática do paradigma social dominante (EGRI & PINFIELD, 1995). Assim, em resposta ao crescimento da demanda pelos produtos agrícolas *in natura* seguros, as cooperativas de consumo começaram a realizar discussões com produtores rurais em várias regiões do Japão, na procura de um acordo que comportasse a transação direta produtor/consumidor. Este foi o início do Sistema Sanchoku, que representou uma relação direta entre cooperativas de produtores e consumidores.

O Sanchoku é um negócio baseado na associação direta entre: produtor individual, grupos de produtores ou outro tipo de cooperativas, tais como as cooperativas agrícolas, de peixes e as cooperativas de consumidores. Portanto, representam diversas redes sociais que se interconectam no sentido expresso por Jennings, Devereaux & Zandbergen (1993). Estes acordos podem variar entre esses agentes, mas os três princípios básicos (ou regras de acordo com Jennings, Devereaux & Zandbergen, 1993), que norteiam todas as cooperativas envolvidas:

locais de produção e produtores devem ser identificados;

1. locais de produção e produtores devem ser identificados;
2. métodos de crescimento e criação (químicos agrícolas, fertilizantes, métodos de engorda – animais, ração etc) devem ser identificados; e,
3. encontros entre produtores e consumidores devem ser realizados regularmente.

Segundo Hatsuko Omori, que proferiu uma conferência em 1999, sobre segurança alimentar e o Sistema Sanchoku, esse sistema requer um conhecimento recíproco pessoal entre produtores e consumidores, e é aí que reside o seu grande valor e diferencial.

Em 1999, o movimento das cooperativas de consumo utilizando o Sistema Sanchoku alcançou 300 bilhões de ienes (US\$ 2,5 bilhões) em todo o Japão. Este sistema representou, segundo pesquisa nacional realizada em 1994, 34,2% dos vegetais e frutas; 33,4% de arroz e cereais;

17,6% dos peixes e 16,3% dos alimentos perecíveis processados de todo produto agrícola, animal, peixe comercializados pelas cooperativas de consumo (OMORI, 1999).

4.3 O Seikatsu Club

A maior rede de cooperativas de consumo no Japão é denominada Seikatsu Club, objeto de estudo deste trabalho. As sociedades locais deste clube podem envolver milhares de pessoas e mantêm até 15 fazendas. Muitas fazendas criadas sob a abordagem de Community Supported Agriculture (CSA) formaram associações ou redes para troca de informações e idéias, educar os consumidores e manter fazendas novas ou em andamento.

O Seikatsu Club contava, em 2002, com 600 cooperativas, totalizando 250.426 membros e 21,04 milhões de pessoas relacionadas ao mesmo no Japão (de uma população total de 127 milhões de habitantes), sendo a maioria constituída por mulheres. Ele consiste na associação de 21 cooperativas de consumo, distribuídas em 15 divisões administrativas (prefeituras) do Japão.

As 15 divisões administrativas do Japão (prefeituras), onde esta organização está presente são: Seikatsu Club Tokyo, 23 Ku Minami (23 divisões Sul) Seikatsu Club, Kita Tokyo (Tokyo Norte) Seikatsu Club, Tama Kita (Tama Norte) Seikatsu Club, Tama Minami (Tama Sul) Seikatsu Club, Seikatsu Club Kanagawa, Fukushi (Bem estar) Club Community Club, Seikatsu Club Saitama, Seikatsu Club Chiba, Seikatsu Club Nagano, Seikatsu Club Hokkaido, Seikatsu Club Ibaraki, Seikatsu Club Yamanashi, Seikatsu Club Iwate, Seikatsu Club Shizuoka, Seikatsu Club Aichi, Seikatsu Club Tochigi, Seikatsu Club Aomori, Yonezawa Co-operative, Seikatsu Club Gunma e Natural Coop. Yamagata.

A unidade membro do Seikatsu Club está organizada em aproximadamente 200 ramificações independentes, todas com atividades administrativas próprias, denominadas "Hans" que são pequenos grupos locais com 140.000 membros, que fazem entregas em casa a 80.000 membros e possuem a loja (Bem-estar Club) com 30.000 membros. Os seus fundos são provenientes das contribuições mensais dos membros, Y1.000 ienes mensais (aproximadamente US\$ 9,00). Além disso, o movimento e os fundos acumulados pelo Seikatsu Club, em 2001, foi de Y 73.100.000 ienes (US\$ 670.642,20) e Y 20.900.000 ienes (US\$ 191.742,12), respectivamente, ou seja, uma média de investimento per capita de Y 83.000 ienes (US\$ 761,47).

O Seikatsu Club: imbricamento entre redes sociais, segurança dos alimentos, sustentabilidade e o processo institucional no Japão

Esse sistema estabeleceu, para o século XXI, posicionamento proativo se associado com Jennings, Devereaux & Zandbergen (1993), quatro princípios norteadores de suas operações: criação de novos estilos de vida que protejam o meio ambiente, reforçando, portanto a responsividade ecológica preconizada por Bansal & Roth (2000) e a saúde das pessoas (de acordo com a segurança dos alimentos mencionados por TEIXEIRA, 1981; OLIVEIRA E THÉBAUD-MONY, 1997; SPERS, 2000); promoção do comércio justo (*fair trade*); resistência ao controle do Estado ou corporação aos interesses das pessoas, e auxílio para que as mulheres tenham mais independência.

Trata-se de uma organização que se originou em 1965, quando um grupo de 200 donas de casa de Tóquio, acreditando que as companhias que dominavam o mercado do leite ofereciam um produto de qualidade inferior e com preços manipulados. Elas formaram, então, uma organização de compra coletiva, com o objetivo de reduzir o preço desse produto e garantir a qualidade do mesmo. A partir do princípio da compra coletiva, este grupo passou a comprar outros produtos, levando a formação da cooperativa de consumo denominada de Seikatsu Club como entidade legal em 1968 (EVANOFF, 1998).

O Seikatsu Club opera sob 2 princípios básicos (equivalente às regras de JENNINGS, DEVEREAUX & ZANDBERGEN, 1993): um é a administração autônoma democrática, incentivando a participação de todos os membros; e o segundo princípio é a manutenção de relação próxima entre os membros da cooperativa (consumidores) e os produtores. O critério básico utilizado pelo Seikatsu Club é a utilização dos princípios da ética ambiental criando um senso econômico onde esta união de cooperativas de consumidores fornece mercadorias nos domicílios (*household goods*) sem sacrificar a saúde ou o meio ambiente. A preocupação com a segurança alimentar está na procura da qualidade da produção rural pelo contrato entre os produtores locais, garantindo o alimento. Quando não são encontrados os produtos segundo os padrões ecológicos ou sociais definidos, a cooperativa poderá ela mesma produzir, como ocorreu com a produção do leite já mencionada, e a do sabão que será relatada mais adiante nesse texto.

O reconhecimento da importância desta cooperativa de consumidores foi obtido em 1989, quando ela recebeu o prêmio de direito ao meio de vida (*right livelihood award*), mais conhecido como Prêmio Nobel Alternativo (WORTH, 1993). Durante a cerimônia, o fundador do prêmio, Jakob von Uexkull, enfatizou que a homenagem ao Seikatsu Club era pelo projeto, que tem

apresentado uma mudança da criação de uma nova tendência, possibilitando o crescimento da organização, sem perder a visão original (WORTH, 1993).

Uma característica mantida desde a sua fundação é a expressiva participação das mulheres entre seus membros, como no conselho de diretores, onde elas representam 95%.

Segundo Worth (1993), a unidade local de uma cooperativa é chamada Han e fazem parte dos grupos locais, com 6 a 13 membros (famílias) de uma mesma área geográfica. Ainda segundo o mesmo autor, a capacidade de decisão de quais produtos serão comprados e produzidos são definidos pelos membros; a inspeção da qualidade é realizada a partir da eleição dos representantes para esta função. Assim, a noção de auxílio mútuo entre os vizinhos reforça ainda mais a missão do Seikatsu Club, onde o sistema utilizado é baseado no conceito da produção local para um consumo local; mais do que a simples compra dos produtos saudáveis e não poluentes. Nota-se a presença explícita do processo de institucionalização (JENNINGS, DEVEREAUX & ZANDBERGEN, 1993),

A responsabilidade destes Hans é coletar as ordens dos membros individuais e repassá-las para o centro local, receber os produtos a partir do caminhão de entrega e distribuí-los entre os membros do Han. A vantagem deste sistema é que ele elimina os custos de investimentos em instalações e propriedades comerciais, pois como as compras são entregues duas vezes na semana, diretamente pelo produtor, elimina-se, assim, o processo de armazenagem, não se necessitando de métodos artificiais de preservação, seguindo na busca de segurança alimentar que está contida na proposta do Seikatsu Club (EVANOFF, 1998).

Um exemplo de sucesso foi, na busca de produtos ambientalmente seguros, o Seikatsu Club desenvolveu o seu próprio sabão, em 1979, para substituir os detergentes sintéticos. Como era impossível que os membros do Seikatsu Club limpassem sozinhos o meio ambiente, utilizando o sabão natural, em detrimento dos detergentes sintéticos, eles decidiram planejar a eleição de seus membros nas assembleias locais, como ocorreu em 1979, com a eleição de uma representante do Seikatsu Club no Distrito de Nerima, Tóquio (Tokyo's Nerima Ward). A partir da participação nesses movimentos locais, eles desejam exercer influência sobre o governo japonês, sob o slogan: "Pense globalmente, aja localmente". E, no início da década de 1990, os membros do Seikatsu Club possuíam 36 cadeiras em 29 conselhos das cidades, sendo que seus membros não eram/são filiados a nenhum partido político, respeitando, portanto, algumas premissas das práticas das redes sociais (JENNINGS, DEVEREAUX & ZANDBERGEN, 1993; GULATTI, 1998).

O Seikatsu Club: imbricamento entre redes sociais, segurança dos alimentos, sustentabilidade e o processo institucional no Japão

Atualmente, o Seikatsu Club comercializa uma ampla variedade de produtos com economia de escala para os seus membros, e introduziu projetos sustentáveis, influenciando todo o processo de várias cadeias produtivas, visando o oferecimento de produtos saudáveis e não-poluidores. Segundo Evanoff (1998), o Seikatsu Club tem apoiado a noção de que todos os países deveriam mover-se em direção à auto-suficiência, e deveriam contemplar os aspectos ecologicamente sustentáveis e das tradições locais. Entretanto, este princípio de auto-suficiência não elimina, necessariamente, a possibilidade do estabelecimento do comércio justo através de fronteiras internacionais, como, por exemplo, a importação anual de 700 toneladas de bananas produzidas pelo Negros Council for Peace and People's Development (NCPD) diretamente dos produtores filipinos, sem utilizar os canais de distribuição convencionais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados desse estudo evidenciam a preocupação de consumidores japoneses em relação à preservação dos recursos naturais e à segurança alimentar. Para resolver essa questão, buscaram soluções que envolvem vários elos de uma cadeia, ou seja, a produção rural, a agroindustrialização e a distribuição dos alimentos. Os mecanismos de fundo foram incentivar a relação direta entre os atores participantes da solução e uma agricultura mais natural. A organização da produção, da distribuição e do consumo baseada nesses mecanismos levou a uma maior aproximação entre produtores, processadores ou industriais, distribuidores e consumidores. Apoiado no movimento da Agricultura Apoiada na Comunidade surgiu o Seikatsu Club que, também, passou a valorizar os atributos de qualidade dos produtos agrícolas como requisitos comerciais, aproximando os produtores dos consumidores. Essa aproximação entre consumidores e produtores apresenta características ou regras que não são somente econômicas. Esse imbricamento, de lógicas econômicas e regras não-econômicas, propicia soluções mais sustentáveis, pois envolvem dimensões ambientais, sociais, éticas, culturais, tecnológicas e naturais, dentre outras. Um dos aspectos mais importantes é a internalização desses valores junto aos consumidores e aos produtores, o que requer um processo de institucionalização.

E, portanto, a combinação das melhores características da tradição ocidental, do individualismo democrático, com as melhores características da tradição japonesa, como a tradição cooperativa e

a atuação em grupo, que proporcionou o grande aumento verificado das cooperativas de consumo nas últimas décadas no Japão.

O resultado foi a criação de novas formas organizacionais e de novas regras institucionais que pode-se considerar como uma forma de desenvolvimento sustentável. Dessa maneira, os atributos requeridos pelos consumidores são entregues de maneira mais rápida e com um relacionamento mais próximo entre produtores e consumidores. A pergunta final que se impõe é a seguinte: temos algo a aprender e apreender para a nossa realidade?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANSAL, Pratima & ROTH, Kendall. Why companies go green: A model of ecological responsiveness. **Academy of Management Journal**, vol. 43, n. 4, 717-736, 2000.

EGRI, C. P. **Power, politics and the innovation process: analysis of an organizational field in agriculture**. Unpublished doctoral dissertation, University of British Columbia, Vancouver, BC. 1993.

EGRI, C. P. & PINFIELD, L. organizations and the biosphere: ecologies and environments. In: CLEGG, S. R.; HARDY, C & NORD, W. (Eds.). **Handbook of organizations studies**. Newbury Park, CA: Sage, 1995.

DAMSTROM, C. **Food supply market for Japan**. Available at: <http://www.norsoy.com/html/japan_market_profile.html>. Accessed on April 22 2003.

DOWNES, A. Education and sustainable development: historical perspectives and projections for Barbados. In: **Education.: Inter-American Review of Educational Development**, v.39, n.120, p.60-82, 1995.

EVANOFF, R. A look inside Japan's Seikatsu Club Consumers' Cooperative. **Social Anarchism**. Baltimore, v. 26, 1998 .Available at: <<http://library.nothingness.org/articles/SA/en/display/247>>. Accessed on June 5 2003.

FORSMAN, S. & PAANANEN, J. Customer value creation in the short food supply chain: theoretical aspects and explorative findings. In: TRIENEKENS, J. H.; OMTA, S. W. F. (eds.). Paradoxes on food chains and networks. Agricultural University – Management Studies Group Wageningen University. **Proceedings of the Fifth International Conference on Chain and**

O Seikatsu Club: imbricamento entre redes sociais, segurança dos alimentos, sustentabilidade e o processo institucional no Japão

Networks Management in Agribusiness and the Food Industry. Noordwijk, 06-08 June 2002. Wageningen: The Netherlands: Wageningen Academic Publishers, p. 153-163, 2002.

GLADWIN, Thomas N.; KENNELLY, James J. & KRAUSE, Tara-Shelomith. Shifting paradigms for sustainable development: implications for management theory and research. **Academy of Management Review**, vol. 20, n. 4, 874-907, 1995.

GULATI, Ranjay. Alliances and Networks. **Strategic Management Journal**, vol. 19, 293-317, 1998.

GUTKNECHT, D. **One hundred years of Japanese Co-ops.** **Cooperative Grocer**, v. 91, Nov/Dec.2000. <www.cooperativegrocer.coop/cg2000/japan.shtml>. Accessed on: 27 April.2003.

ITO, J. A social system to ensure food safety: Campaigning for revision of the Food Sanitation Law. **ICA General Assembly Seoul** 2001. <http://www.ica.coop/ica/ica/icaevents/ga2001/jccu.doc>. Accessed on 3 May 2003.

JENNINGS, P. DEVEREAUX & ZANDBERGEN, Paul A. Ecologically sustainable organizations: an institutional approach. **Academy of Management Review**, vol. 20, n. 4, 1015-1052, 1995.

OLIVEIRA, S. P.; THÉBAUD-MONY, A. Estudo do consumo alimentar: em busca de uma abordagem multidisciplinar. **Revista de Saúde Pública**. v. 31, n. 2, abr. 1997.

OMORI, H. Food safety and Japanese Sanchoku System. In: ICA CONGRESS AND GENERAL ASSEMBLY, Québec, Canadá. **Adding value to membership: the co-operative challenge for the new millennium**, 1999. <<http://www.ica.coop/ica/ica/icaevents/congress1999/food/omori.html>>. Accessed on: 10 April. 2003.

SAWANABORI, S. **Teikei system, the producer-consumer co-partnership and the movement of the Japan organic agriculture association.** IN: IFOAM ASIAN CONFERENCE, 1993, Saitama, Japan. <<http://www.jca.apc.org/joaa/english/teikei.html>>. Accessed on: 6 July. 2003.

_____, Outline of Seikatsu Club Group introduction, 2002.

<<http://www.seikatsuclub.coop/english/top.html>>. Accessed on: 27th of April. 2003.

SELLTIZ, C. et al. **Métodos de pesquisa nas relações sociais—Social relations method of research**. São Paulo: EPU/EDUSP, 1975.

SPERS, E. E. Qualidade e segurança em alimentos. In: ZYLBERSZTAJN, D. & NEVES, M. F. **Economia e Gestão nos negócios agroalimentares: indústria de alimentos, indústria de insumos, produção agropecuária, distribuição.** São Paulo: Pioneira, 2000.

TAKITANE, I. C. **Produção de dejetos e caracterização de possibilidades de aproveitamento em sistemas de produção de suínos com alta tecnologia na estado de São Paulo**, 2001. 137f. Tese (Doutorado em Agronomia) – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Estadual Paulista, Botucatu, São Paulo, 2001.

TEIXEIRA, I. Segurança alimentar ameaçada. **Conjuntura Econômica**. v. 35, n.12, pp. 109-113, dez 1981.

TIEZZI, E.; MARCHETTINI, N. & ULGIATI, S. Integrated agro-industrial ecosystems: an assessment of the sustainability of a cogenerative approach to food, energy and chemicals production by photosynthesis. In: CONSTANZA, Robert (ed.). **Ecological Economics: the science and management of sustainability.** Columbia University Press, EUA, 1991. Pp. 459-473.

VERBEKE, Wim; VIAENE, Jacques. Demand-oriented meat chain management: the emerging role of traceability and information flows. In: TRIENEKENS, J. H.; ZUURBIER, J. P. (eds.). **Proceedings in Chain Management in Agribusiness and the Food Industry.** Wageningen: The Netherlands: Wageningen Agricultural University – Management Studies Group, 25-26 may 2000. p. 391-400.

YIN, R.K. **Case study research: design and methods.** 2ed. Thousand Oaksca: SAGE Publications, 1994.

World Commission on Environment and Development. **Our common future.** Oxford, England: Oxford University Press, 1987.

WORTH, M. Community economics. In Context. In: **Toward a sustainable world order**, v. 36, fall 1993, p.24. Disponível em: <http://www.geocities.com/RainForest/7813/c_teikei.htm>. Acesso em: 23 mar. 2003.