

Produção, consumo e abastecimento de alimentos

Desafios e novas estratégias

Fabiana Thomé da Cruz | Alessandra Matte | Sergio Schneider | Organizadores



Produção, consumo e abastecimento de alimentos



UNIVERSIDADE
FEDERAL DO RIO
GRANDE DO SUL

Reitor

Carlos Alexandre Netto

Vice-Reitor e Pró-Reitor
de Coordenação Acadêmica

Rui Vicente Oppermann

EDITORA DA UFRGS

Diretor

Alex Niche Teixeira

Conselho Editorial

Carlos Pérez Bergmann

Claudia Lima Marques

Jane Fraga Tutikian

José Vicente Tavares dos Santos

Marcelo Antonio Conterato

Maria Helena Weber

Maria Stephanou

Regina Zilberman

Temístocles Cezar

Valquiria Linck Bassani

Alex Niche Teixeira, presidente

Produção, consumo e abastecimento de alimentos

Desafios e novas estratégias

Fabiana Thomé da Cruz | Alessandra Matte | Sergio Schneider | Organizadores

© dos autores
1ª edição: 2016

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

Capa: Carla M. Luzzatto
Ilustração da capa: Sthefania Pernigotti Handler
Revisão: Tânia Maria Merker Candotti e Carlos Batanoli Hallberg
Tradução do Inglês: Ana Maria Portella Montardo e Patrícia Waengertner
Tradução do Espanhol: Juan Camilo de los Rios e Evander Eloi Krone
Editoração eletrônica: Fernando Piccinini Schmitt

D451 Produção, consumo e abastecimento de alimentos: desafios e novas estratégias /
Organizadores Fabiana Thomé da Cruz, Alessandra Matte [e] Sergio Schneider.
– Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

324 p. : il. ; 16x23cm

(Série Estudos Rurais)

Inclui gráficos, quadros e tabelas.

Inclui referências.

1. Agricultura. 2. Economia agrícola. 3. Alimentos – Produção – Consumo – Abastecimento. 4. Abastecimento – Estratégias alimentares. 5. Sociologia da alimentação – Globalização alimentar. 6. Soberania alimentar – Canadá. 7. Alimentação contemporânea – Ética – Estética. 8. Agricultura urbana. 9. Agricultura orgânica. 10. Sustentabilidade. 11. Certificação participativa. 12. Movimentos sociais – Iniciativas governamentais – Valorização – Alimentos locais – Sustentabilidade. 13. Plantas não convencionais – Uso – Alimentação. I. Cruz, Fabiana Thomé da. II. Matte, Alessandra. III. Schneider, Sergio. IV. Série.

CDU 338.43.01

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

ISBN 978-85-386-0288-0

A construção social dos mercados da pecuária familiar no sul do Rio Grande do Sul: o caso do cordeiro do território Alto Camaquã

Alessandra Matte

Marcos Flavio Silva Borba

Márcio Zamboni Neske

Paulo Dabdab Waquil

Sergio Schneider

Introdução

Os mercados construídos socialmente mediante processos envolvendo a constituição de cadeias curtas envolvem ativos produtivos, sociais, econômicos e ecológicos, que são mobilizados e estão disponíveis localmente, o que permite criar estratégias de desenvolvimento rural endógenas, que representam, elas próprias, um “contramovimento” frente ao modelo de produção agroalimentar hegemônico. Assim, a construção social dos mercados trata de um processo que envolve a relação coordenada entre distintos atores sociais, que, muitas vezes, está deliberadamente orientada por uma concepção de desenvolvimento rural baseada no *lugar*.

Para enfrentar as constantes tentativas de homogeneização da produção e do consumo e assegurar a integração dos pequenos produtores, o sistema agroalimentar tem se reconfigurado constantemente visando à construção de alternativas personalizadas e mais sustentáveis. Nesse contexto, há um importante destaque em torno das cadeias curtas de abastecimento de alimentos (*Short Food Supply Chain* – SFSC) como uma forma de valorizar dos processos produtivos localizados.

Diante disso, o objetivo deste capítulo é analisar o processo envolvendo a construção social dos mercados de cadeia curta da venda de cordeiro do Território Alto Camaquã. O caso relatado envolve uma experiência em curso da construção de mercados da pecuária familiar de produção e comer-

cialização da carne de cordeiro no território do Alto Camaquã, localizado no sul do estado do Rio Grande do Sul.

A construção social dos mercados de cadeia curta do cordeiro do Território Alto Camaquã

O propósito desta seção é apresentar um estudo de caso da construção social de um mercado de cadeia curta da carne de cordeiro do território Alto Camaquã. O foco reside na análise dos pressupostos e estratégias de interação empregadas pelas “mãos visíveis” dos atores sociais na construção do mercado. Para tanto, essa seção está dividida em duas subseções. Primeiramente são apresentados os antecedentes e os dispositivos que originaram a construção dos mercados de cordeiro. A segunda parte trata especificamente das estratégias empregadas na construção da cadeia curta dos mercados do cordeiro.

Antecedentes e dispositivos sociotécnicos dos mercados de cordeiro no território Alto Camaquã

O território Alto Camaquã está localizado na região fisiográfica denominada Serra do Sudeste do Rio Grande do Sul, fazendo parte do Bioma. Do ponto de vista político-administrativo, pertence à bacia hidrográfica do Rio Camaquã, localizando-se no terço superior desta. Situam-se nos limites geográficos da bacia hidrográfica do Alto Camaquã partes das áreas dos municípios de Bagé, Caçapava do Sul, Encruzilhada do Sul, Lavras do Sul, Pinheiro Machado, Piratini e Santana da Boa Vista, o que compreende uma área de 8.172 km² (FEPAM, 2009).

Nesse território, a pecuária de corte extensiva é a atividade produtiva predominante desde o período de colonização, no século XVIII, exercida sobre áreas de campos naturais característicos do Bioma Pampa. Os pecuaristas familiares constituem a principal representação social e produtiva do Alto Camaquã, e as propriedades rurais com até 50 hectares ocupam 60% do total de estabelecimentos e apenas 10% do total da área geográfica dos municípios, o que corresponde a 65% da população rural local (IBGE, 2006).

No Alto Camaquã, assim como nas demais regiões do estado, a consolidação da pecuária de corte enquanto atividade produtiva foi possível devido à existência de uma cobertura vegetal formada por extensas áreas de campos naturais nesse território. Decorrido um curso histórico de aproximadamente 200 anos, desde o período de colonização até os dias

atuais, os campos naturais representam a base da alimentação dos animais, e a conservação e manutenção desses campos tem sido possível devido à presença de uma cultura “ganadeira” localmente adaptada.

Portanto, ao serem analisados os processos produtivos da pecuária familiar, deve-se considerar que os produtos comercializados (ex. carne, lã) são oriundos de formas de produção que envolvem relações particularizadas entre cultura, natureza e *local*. Entretanto, a trajetória do desenvolvimento do capitalismo agrário no Alto Camaquã criou mecanismos de mercados que geraram processos de exclusão e marginalização dos pecuaristas familiares, favorecendo os pecuaristas empresariais que incorporaram a “lógica” empresarial do mercado. Desse modo, a reprodução social e econômica dos pecuaristas familiares tornou-se mais dependente das “trocas” estabelecidas com a natureza do que dos recursos mobilizados por meio dos mercados de insumos e serviços (Neske; Miguel; Borba, 2012; Borba, 2002; Borba; Trindade, 2009).

Como forma de criar novos espaços e abordagens de entendimento e representação da pecuária familiar e do desenvolvimento para o Alto Camaquã, em 2008, a Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária), localizada no município de Bagé, desenvolveu um projeto denominado de “Projeto Alto Camaquã”. Trata-se de um projeto concebido desde uma abordagem territorial para pensar e promover estratégias de desenvolvimento no Alto Camaquã. Segundo Borba e Trindade (2009), o Projeto Alto Camaquã trata de ações de intervenção que visam “re-descobrir” e “re-valorizar” o *local* como portador de experiências e elementos socioeconômicos, culturais e ambientais próprios capazes de gerar e suportar estratégias endógenas de desenvolvimento rural (Borba; Trindade, 2009). Fundamentalmente, o projeto tem renunciado à visão estigmatizada de atraso e improdutividade do desenvolvimento do Alto Camaquã e dos sistemas produtivos familiares, procurando criar as condições de possibilidades para ressignificar os signos da narrativa moderna de *outros* modos, na valorização do *local*, conforme veremos no próximo item.

O mercado de cordeiro do Alto Camaquã

O projeto Alto Camaquã interliga uma rede de multiatores: além da Embrapa, são parceiros a Emater¹, associações de produtores, represen-

¹ Associação Sulina de Crédito e Assistência Rural - Ascar/RS, entidade oficial de extensão rural no Rio Grande do Sul. Opera no Alto Camaquã com escritórios municipais e dois escritórios regionais com sede em Bagé e Pelotas.

tações sindicais (Fetag, Sindicatos dos Trabalhadores Rurais), governo municipal e estadual (por meio da Secretária de Desenvolvimento Rural – SDR) e algumas universidades. Os processos de ação do projeto têm criado estratégias que possam promover a imagem do território Alto Camaquã e vincular essa imagem e seus atributos com produtos e serviços do território.

As ações do Projeto Alto Camaquã atuam em forma de rede juntamente com as associações de produtores. Atualmente, 20 associações de pecuaristas familiares são filiadas à Associação para o Desenvolvimento Sustentável do Alto Camaquã (ADAC), o que representa em torno de 280 famílias de pecuaristas. As primeiras iniciativas para acessar mercados com os produtos do Alto Camaquã iniciaram em 2011. Em maio e junho do mesmo ano foram definidos os produtos para iniciar a comercialização e as estratégias de uso da marca territorial coletiva. A carne de cordeiro foi o produto que obteve um processo mais acelerado e fortalecido de comercialização. Isso porque a produção ovina é praticada em 100% das propriedades familiares que participam do Projeto Alto Camaquã, o que amplia a possibilidade de inserção nos mercados de boa parte dos pecuaristas.

Definido o cordeiro como “carro-chefe” do processo de comercialização, foram estabelecidos os critérios e regulamentos do “cordeiro típico” do Alto Camaquã: os cordeiros devem ser produzidos no território (produção própria dos membros da ADAC); podem ser de raças diversas, machos (castrados) ou fêmeas, com no máximo 14 meses; criados a campo nativo, aceitando-se suplementação para acabamento com fontes de concentrado não transgênicos produzidos no território Alto Camaquã; comercializados com peso entre 30 kg e 40 kg de peso vivo.

Nesse sentido, em março de 2013, a Rede de Produtores e Empreendedores do Alto Camaquã (ReAC) realizou uma nova reunião para definir estratégias de comercialização do cordeiro Alto Camaquã com dois novos atores. Nessa ocasião, foi fechado acordo comercial com um pequeno frigorífico local, com sede em Encruzilhada do Sul, o qual passou a ser responsável pelo abate, atuando, mais tarde, também na comercialização dos cordeiros. A carne de cordeiro vem sendo comercializada em uma loja especializada em venda de carne localizada na cidade de Porto Alegre (RS), tendo como proprietário um pequeno empresário.

Assim, os diferentes atores definiram estratégias de industrialização e comercialização da carne de cordeiro com a marca coletiva do território Alto Camaquã. Convém destacar que a construção desse mercado somente foi possível, entre outras coisas, porque se trata de um mercado que se mostra “adequado” à realidade das formas de produção e trabalho desses pecuaristas. Trata-se, portanto, de um mercado emergente, pois possui fronteiras permeáveis para a entrada de novos atores que redefine cons-

tantemente estruturas de trabalho e relações sociais pautadas por objetivos comuns, representando, também, uma estratégia às falhas do mercado, haja vista a incorporação de produtos da pecuária familiar.

Esse mercado funciona da seguinte maneira: a cada semana, uma associação é responsável pela comercialização dos animais, os quais são reunidos, pesados e levados diretamente para o frigorífico com sede no município de Encruzilhada do Sul. O transporte dos animais até o frigorífico é subsidiado pelas prefeituras dos municípios, e o preço praticado foi estipulado de maneira que o produtor possa receber um valor maior que o do mercado “hegemônico” (Figura 1). No momento, está sendo visualizada a possibilidade de acesso a novos mercados para a pecuária familiar, estando em curso um processo de organização para o acesso aos mercados institucionais do PAA (Programa de Aquisição de Alimentos) e PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar).

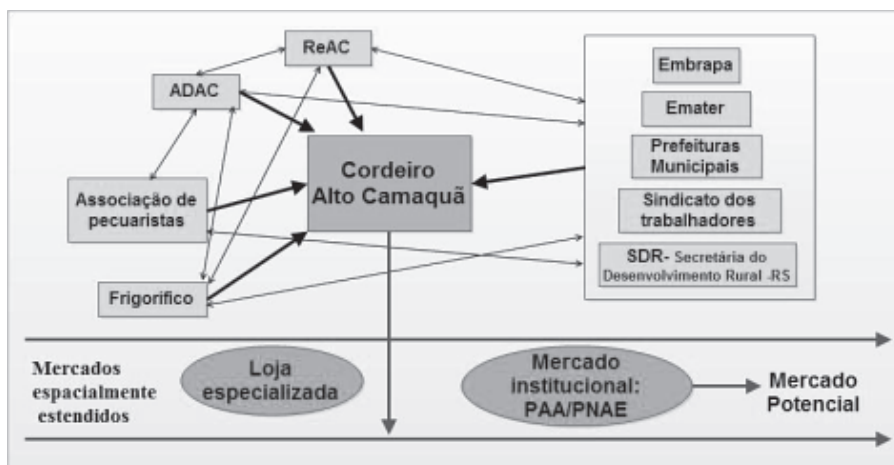


Figura 1 – Cadeia curta de comercialização do cordeiro Alto Camaquã.

Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

É importante destacar os aspectos que tornam a carne de cordeiro e o mercado de cadeia curta diferentes dos demais. Nesse sentido, a noção de qualidade ganha relevância na construção do mercado do cordeiro Alto Camaquã. Ou seja, a qualidade está relacionada às *qualidades* presentes em ativos culturais, sociais, econômicos, produtivos, institucionais e ambientais presentes no local, os quais estão sendo mobilizados para a diferenciação dos produtos e dos processos de comercialização. O campo nativo e o modo de criação dos animais (saber-fazer dos pecuaristas) representam

importantes elementos no *localismo* da carne de cordeiro. Nesse sentido, os cordeiros produzidos sobre essas áreas de campo nativo possuem diferenciações em seu sabor se comparados a animais que têm em seu sistema de criação uma alimentação pré-elaborada pela indústria.

Os atores sociais passaram a definir uma imagem dos produtos do território como “naturalmente únicos”, pois são produtos integrados a processos produtivos em que a cultura pecuária desenvolveu formas específicas de relação com a natureza, mantendo preservado, ao longo do tempo, a paisagem e os recursos naturais. Essa característica representa um dos atributos da carne de cordeiro do território do Alto Camaquã como uma estratégia de valorização dos recursos locais e naturais. E, portanto, um pressuposto quanto à valorização da origem do alimento. Assim, com base nesses elementos, a rede de atores e processos que compõem o Projeto Alto Camaquã vem trabalhando em uma proposta de *localismo* do desenvolvimento, pautado pela valorização dos ativos do território.

Considerações finais

O mercado da carne de cordeiro do Alto Camaquã representa um processo contestatório diante dos modelos de produção de alimentos hegemônicos. De modo particular, podemos observar a busca em torno de novas definições de qualidade associadas ao *local*, gerado por uma rede social ampla e variada. A mobilização e valorização de formas locais de conhecimento são o cerne da cadeia curta em andamento por meio do projeto Alto Camaquã.

Assim, a construção social desse mercado de cadeia curta tem permitido a construção de processos coletivos de comercialização, por meio dos quais, pecuaristas e demais atores sociais locais apoiam-se mutuamente na logística, no transporte, na produção e na comercialização, promovendo, assim, a organização social do mercado. A partir dessa organização de atores sociais de distintos âmbitos, têm sido ampliadas as atenções para a própria categoria de pecuaristas familiares, os quais permaneceram (ou permanecerem), por muito tempo, marginalizados aos esforços de desenvolvimento rural. A maneira como esses se relacionam com os recursos naturais, a forma como manejam os animais em conformidade com o ambiente, são aspectos que permitem que seja atribuído um valor intrínseco ao produto, riqueza gerada em nível local, fruto dos conhecimentos tácitos dos produtores bem como das características do alimento.

Os resultados observáveis dessa experiência envolvendo a construção social de mercados não dizem respeito apenas à possibilidade de acessar

novos mercados para a pecuária familiar. Essa, certamente, é uma questão importante a ser considerada, já que a venda de cordeiro tem redundado em uma melhor valorização e remuneração aos pecuaristas familiares. No entanto, os resultados que estão colocados a partir dessa experiência para os atores envolvidos dizem respeito principalmente ao desvelamento de uma categoria social marginalizada – considerada “rude” – e de um território estigmatizado como pobre e atrasado pela imensa maioria das instituições de ensino e desenvolvimento e pelo poder público.

Desconstruir a noção de pobreza enraizada no imaginário geográfico e social foi, e continua sendo, uma premissa consciente que tem orientado a base das ações de desenvolvimento do Projeto Alto Camaquã, o que evidencia que o desenvolvimento rural não é uma mera aplicação de ações e políticas modernizantes na tentativa de corrigir problemas que são criados como “anomalias”. Os desafios colocados ao Alto Camaquã estão em expandir e enriquecer essa experiência de desenvolvimento, conservando o conjunto de ativos locais para convertê-los em potencial para o desenho de alternativas à lógica homogeneizadora do desenvolvimento. Nesse sentido, o caso analisado do mercado de cordeiro, evidenciando a realocação da produção e abastecimento de alimentos, demonstra que a construção social de mercados é uma estratégia importante de práticas enriquecidas de alteridade.

Referências

BORBA, M. F. S. *La marginalidad como potencial para la construccion de “outro” desarrollo: El caso de Santana da Boa Vista, Rio Grande do Sul, Brasil. 2002.* 362 f. Tese (Doutorado em Sociologia, Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável). Instituto de Sociología y Estudios Campesinos, Universidad de Córdoba, España, 2002.

BORBA, M. F. S.; TRINDADE, J. P. P. Desafios para conservação e a valorização da pecuária sustentável. In: PILLAR, V. P. de; MÜLLER, S. C.; CASTILHOS, Z. M. S. de; JACQUES, A. V. Á. (Org.). *Campos Sulinos - conservação e uso sustentável da biodiversidade.* Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2009.

FEPAM. Fundação Estadual de Proteção Ambiental. Disponível em: < <http://www.fepam.rs.gov.br/>>. Acesso em: 10 set. 2009.

GRANOVETTER, M. Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. In: MARTES, A. C. B. (Org.). *Redes e sociologia econômica.* São Carlos: EdUFSCar, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Pecuária 2006.* Rio de Janeiro: IBGE, 2006. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/listabl.asp?z=t&o=24&i=P&c=1244>>. Acesso em: 23 nov. 2011.

NESKE, M. Z.; MIGUEL, L. A. de; BORBA, M. F. S. Capital ecológico e a construção de autonomia na produção familiar: o caso da pecuária familiar do Rio Grande do Sul. *Cadernos de Ciência & Tecnologia*, v. 29, p. 291-317, 2012.

PLOEG, J. D. van der. *Camponeses e impérios alimentares*. Lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2008.

STEINER, P. *A sociologia econômica*. Trad. Maria Helena Trylinski, São Paulo: Editora Atlas, 2006.