

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO RURAL

FERNANDA SEVERO NICHELE

AGROINDÚSTRIA FAMILIAR RURAL E A QUALIDADE DA PRODUÇÃO
ARTESANAL NA REGIÃO METROPOLITANA DE PORTO ALEGRE: O ENFOQUE DA
TEORIA DAS CONVENÇÕES

Porto Alegre

2010

FERNANDA SEVERO NICHELE

AGROINDÚSTRIA FAMILIAR RURAL E A QUALIDADE DA PRODUÇÃO
ARTESANAL NA REGIÃO METROPOLITANA DE PORTO ALEGRE: O ENFOQUE DA
TEORIA DAS CONVENÇÕES

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Desenvolvimento Rural.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Dabdab Waquil

Série PGDR – Dissertação nº 133

Porto Alegre

2010

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

Responsável: Biblioteca Gládis W. do Amaral, Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS

N594c Nichele, Fernanda Severo
Agroindústria familiar rural e a qualidade da produção artesanal na região metropolitana de Porto Alegre : o enfoque da teoria das convenções / Fernanda Severo Nichele. – Porto Alegre, 2010.
88 f. : il.

Orientador: Paulo Dabdab Waquil.

Série PGDR – Dissertação, n. 133).

Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Porto Alegre, 2010.

1. Agricultura familiar : Sistema de produção : Porto Alegre, Região Metropolitana de (RS). 2. Agroindústria familiar : Porto Alegre, Região Metropolitana de (RS). I. Waquil, Paulo Dabdab. II. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Ciências Econômicas. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural. III. Título.

CDU 631.115

FERNANDA SEVERO NICHELE

AGROINDÚSTRIA FAMILIAR RURAL E A QUALIDADE DA PRODUÇÃO
ARTESANAL NA REGIÃO METROPOLITANA DE PORTO ALEGRE: O ENFOQUE DA
TEORIA DAS CONVENÇÕES

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação
em Desenvolvimento Rural da Faculdade de Ciências
Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para
obtenção do título de mestre em Desenvolvimento
Rural.

Aprovada em Porto Alegre, 27 de janeiro de 2011.

Prof. Dr. Paulo Dabdab Waquil – Orientador

PGDR/UFRGS

Prof. Dr. Leonardo Xavier da Silva

PGDR/UFRGS

Prof. Dr. Lovois de Andrade Miguel

PGDR/UFRGS

Prof^a. Dr^a. Susana Cardoso

CEPETEC/FAVET/UFRGS

*Aos meus pais, Maria Elenita e Idelmar (in memoriam)
pelos maravilhosos ensinamentos sobre a vida
e pelos conselhos, sobretudo de dedicação e ambição nos estudos.*

*Ao meu irmão, Idelmar Filho, pela presença e
pelos momentos de descontração.*

*E às minhas irmãs, Marlise e Beatriz, e sua mãe, Mirna,
por acreditarem no meu potencial
e sempre me apoiarem.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Universidade Federal do Rio Grande do Sul e à Faculdade de Agronomia, que me deram a formação e as experiências necessárias para adentrar neste mestrado.

Agradeço ao PGDR, pela vaga concedida no programa de mestrado em Desenvolvimento Rural, aos funcionários e ao IEPE.

Agradeço à CAPES, pela bolsa de estudos concedida e pela oportunidade de dedicação exclusiva aos estudos.

Agradeço a todos os professores do PGDR, pelos ensinamentos e dedicação, em especial ao Professor Dr. Leonardo Xavier, pela ótima disciplina ministrada que elucidou muitas questões na minha pesquisa e pela amizade.

Agradeço ao meu orientador, Professor Dr. Paulo Dabdab Waquil, pela oportunidade no programa e orientação.

Agradeço ainda a todos os queridos colegas do Mestrado turma PGDR/2009 pelos momentos de estudos e principalmente de descontração, em especial à Lú, à Monique e à Mirtita.

Agradeço a todos os colegas de orientação, tanto do PGDR, quanto do CEPAN, que contribuíram para o o desenvolvimento do meu trabalho, em especial à Lú Scarton, ao Alex, ao João Gariba e à Chaiane, pelos conselhos, pela paciência e pelos momentos de descontração.

Agradeço a todos os agricultores que me receberam de "portas abertas" nas feiras e nas agroindústrias, contribuindo para a viabilização da pesquisa e alcance dos resultados, e principalmente pela sinceridade, aprendizado e disposição em responder aos questionamentos.

Agradeço a todos os amigos e amigas que acompanharam meus passos desde a graduação, em especial às gurias: Chris, Pri e Moni.

Agradeço à toda minha família, pais, irmãos, tios, tias, vó, primos (as), que sempre está pronta a me ajudar, e sempre me deu o suporte necessário para vencer: amor, alegrias e um lar.

Agradeço ao meu amado, Thomas Muhle, que me acompanhou em toda caminhada, dando suporte nas correções, incentivando, compreendendo os momentos de concentração e os de nervosismo, e proporcionando momentos de distração e muita felicidade .

Muito obrigada a todos!

RESUMO

A agroindústria familiar rural surge como uma alternativa na busca de novos nichos de mercados, utilizando-se da maior diversidade de produtos e da diferenciação dos produtos através da transformação dentro da propriedade. Sua implantação é considerada uma alternativa eficaz como política de Desenvolvimento Rural, mas com todos os esforços, existem muitas limitações neste setor, principalmente da legislação sanitária. O objetivo deste estudo é analisar a agroindústria familiar rural, como as regras são construídas dentro da comunidade e aceitas pelos próprios agricultores, quanto à realidade produtiva, às leis e às normas que qualificam a produção agroindustrial. A Teoria das Convenções baseia-se no reconhecimento mútuo e coletivo da qualidade ampla do produto, e foi utilizada para explicar como funcionam as interações entre produtores com relação às regras de produção ou “modos de fazer” no processo produtivo. Foram entrevistadas 14 agroindústrias na Região Metropolitana de Porto Alegre, nos municípios de Porto Alegre, Viamão, Gravataí e Glorinha. Este estudo caracterizou-se por uma pesquisa exploratória, cuja coleta de dados foi feita através de formulário semi-estruturado, diário de campo e dados secundários. Foi feita análise de conteúdo e análise quantitativa de dados. A construção dos mercados e das regras que os regem, mesmo com o cumprimento das normas legais, vem de dentro do processo e com a colaboração de todos os atores: produtores, consumidores e instituições apoiadoras do setor. A incorporação de novas práticas e de um consumidor mais informado e atuante trouxe uma realidade de maior interação, onde a construção do mercado é feita por todos os atores, e estes também utilizam do prévio conhecimento uns dos outros para atestar a qualidade dos produtos e de tudo que compõe o mercado, consolidando assim, uma rede de interações baseada também na confiança. Mesmo com garantias legais, como os selos e os alvarás da inspeção sanitária, a garantia baseada na confiança é a mais importante, aliada à efetiva qualidade dos produtos. A qualidade é construída e vista nas agroindústrias não só como um processo físico, mas também contando com aspectos sociais e culturais e considerando o esforço pessoal na confecção dos produtos, a dedicação, a tradição e os “modos de fazer” artesanal, que trazem o toque especial colonial. Utilizam-se das boas práticas na produção à medida que seu capital para investimento pode atender, prezando pela qualidade (apresentação e sanidade dos produtos), e compartilham essas premissas tanto com colegas de feira e associação, quanto com os consumidores. As convenções nas agroindústrias existem e são seguidas pelos produtores e supervisionadas por seus consumidores, onde todos contribuem e coletivamente as constroem, trocando informações, fiscalizando e sugestionando mudanças. Os produtores demonstram grandes esforços em prosperar e desenvolver, mas é necessário que exista apoio governamental e institucional para divulgação, qualificação e adequação da legislação para a agricultura familiar.

Palavras-chave: Agroindústrias familiares rurais. Teoria das convenções. Ação Coletiva. Qualidade ampla. Reconhecimento mútuo. Confiança.

ABSTRACT

The rural familiar agroindustry is an alternative in the search for new niche markets, using the greater diversity of existing products and product differentiation by transforming them inside the property. Its implementation is considered an effective alternative as policy for Rural Development, but despite all efforts there are many limitations in this sector, especially in sanitary legislation. The aim of this study is to analyze rural familiar agroindustry, how these rules are built within the community and accepted by the farmers themselves, as the present production, laws and standards that qualify the agroindustrial production and The Theory of the Convention is based on mutual recognition and collective of wide quality of the product, and was used to explain how interactions are worked among producers regarding production rules or “ways to make” the production process. 14 agroindustries in the Metropolitan Area of Porto Alegre, in the municipalities of Porto Alegre, Viamão, Gravataí e Glorinha were interviewed. This study was characterized by an exploratory research, whose sample collection data was made through a semi-structured field diary and secondary data. Content analysis and quantitative analysis of data were made. The construction of markets and the rules that govern them even with the compliance of the law comes from within the process and the collaboration of all agents: producers, consumers and supporting institutions of the sector. The incorporation of new practices and a more informed consumer and acting also brought reality for more interaction, where the construction market is made by all agents, and they use prior knowledge of each other to improve the quality of products and anything that makes up the market, thus consolidating a network of interactions also based on trust. Even with legal safeguards, such as labels and licenses from the sanitary inspection, the assurance based on trust is the most important, combined with the effective product quality. Quality is built on the agroindustries by looking not only at a physical process, but also relying on social and cultural aspects, considering personal efforts in making the products, dedication, tradition and artisanal “ways to make”, which bring the colonial touch. Utilizing the best practices in production that their capital investment can provide, emphasizing quality (presentation of products and safety), and sharing these premises with colleagues from fair and association, as with consumers. The conventions in agroindustries already exist, and are followed by producers and supervised by its consumers, which all contribute and build collectively, exchanging information, monitoring and suggesting changes. Producers showed great effort in prospering and developing, but there must be government support and institutional basis for marketing, qualifying and adequacy of rules for family farmers.

Keywords: Rural familiar agroindustry. Theory of the Convention. Collective action. Wide quality. Mutual recognition. Trust.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Marco conceitual analítico da Teoria das Convenções para o presente estudo	34
Figura 2 - Divisão municipal e mancha urbana da RMPA.....	37
Figura 3 - Produtora de compotas e conservas explicando como são feitos os produtos aos consumidores.....	51
Figura 4 - Famílias associadas utilizam faixas com identificação da família e da associação.	54
Figura 5 - Estruturas físicas das agroindústrias no município de Gravataí. Estrutura anexa à residência, especial para a agroindústria (à direita) e estrutura em módulo separado da residência (à esquerda)	58
Figura 6 - Integrantes das agroindústrias utilizando as vestimentas de proteção no momento da vendas, nas feiras.....	60
Figura 7 - Tipos de rótulos dos produtos e embalagens utilizadas nas agroindústrias familiares rurais da RMPA	62

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Distribuição de faixa etária dos integrantes das famílias entrevistadas, na região Metropolitana de Porto Alegre	45
Gráfico 2 - Nível de escolaridade dos integrantes das famílias entrevistadas, na região metropolitana de Porto Alegre.....	46
Gráfico 3 - Renda familiar aproximada das famílias entrevistadas provenientes das atividades agroindustriais	47
Gráfico 4 - Percentual equivalente aos membros da agroindústria que têm responsabilidade administrativa	50
Gráfico 5 - Tipos de mercados para comercialização dos produtos agroindustrializados.....	52
Gráfico 6 - Dificuldades enfrentadas pelas agroindústrias na produção na região metropolitana de Porto Alegre.....	55
Gráfico 7 - Local de processamento dos produtos nas propriedades	58
Gráfico 8 - Utilização de vestimentas de proteção para produção de alimentos nas agroindústrias.	59
Gráfico 9 - Informações pertinentes à qualidade dos produtos nos rótulos das embalagens ...	61
Gráfico 10 - Origem das receitas utilizadas na fabricação dos produtos das agroindústrias familiares rurais	63
Gráfico 11 - Tipos de selos de certificação adquiridos pelas agroindústrias na RMPA	68

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Produtos com transformação ou beneficiamento segundo Censo Agropecuário de 2006, para Região Metropolitana de Porto Alegre	39
Tabela 2 - Distribuição de escolaridade nas faixas etárias elencadas.....	46

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 A AGROINDÚSTRIA FAMILIAR E A QUALIDADE AMPLA: UMA CONTRIBUIÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO RURAL	17
2.1 AGROINDÚSTRIA FAMILIAR RURAL	18
2.2 O CONCEITO DE QUALIDADE AMPLA	22
3 A TEORIA DAS CONVENÇÕES.....	24
3.1 ORIGEM DA TEORIA DAS CONVENÇÕES	25
3.2 O QUE É A TEORIA DAS CONVENÇÕES?	27
3.3 RELAÇÕES E AVANÇOS QUANTO À TEORIA NEOCLÁSSICA, À NOVA ECONOMIA INSTITUCIONAL E À NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA	30
3.4 A TEORIA DAS CONVENÇÕES E O SISTEMA AGROALIMENTAR	32
4 CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO DE ESTUDO: REGIÃO METROPOLITANA DE PORTO ALEGRE/RS	36
5 METODOLOGIA DE PESQUISA.....	41
6 RESULTADOS.....	44
6.1 O PRODUTOR E A FAMÍLIA: INDICADORES SÓCIOECONÔMICOS	44
6.2 A AGROINDÚSTRIA E SUAS INTERAÇÕES SOCIAIS	49
6.3 A CARACTERIZAÇÃO DAS AGROINDÚSTRIAS: PRODUÇÃO, MODOS DE FAZER E QUALIDADE	56
6.4 AS CONVENÇÕES E AS REGRAS NAS AGROINDÚSTRIAS.....	66
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	71
REFERÊNCIAS	75

APÊNDICE A – Formulário de coleta de dados 80

**ANEXO A - Municípios da Região Metropolitana de Porto Alegre,
população urbana e rural 86**

**ANEXO B - Produto Interno Bruto (PIB) total, estrutura do Valor
Adicionado Bruto (VAB) e população dos Coredes do RS – 2007 87**

1 INTRODUÇÃO

O meio rural vem se modificando intensamente a partir dos anos 90 no Brasil, quando uma nova forma de entender a vida no campo foi introduzida, questionando o modelo de modernização da agricultura da década de 70. Esta nova visão, mais ampla, considera além dos aspectos de produção como produtividade, mercados, rentabilidade, os aspectos sociais e ecológicos.

Neste contexto, é importante analisar a contribuição da agricultura familiar¹ na economia, que já perfaz no Brasil cerca de 4 milhões de estabelecimentos responsáveis por aproximadamente 54 bilhões de reais do PIB. No Rio Grande do Sul são mais de 370 mil estabelecimentos responsáveis por pouco mais de 9 bilhões de reais do PIB (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2006). Isto demonstra a relevância na economia brasileira e gaúcha da agricultura familiar e a importância de novos estudos dentro deste tema.

Inserida em um mercado bastante competitivo, a agricultura familiar necessita de forte diversificação na produção e de diferenciação de seus produtos. Uma das formas de diferenciação é a agroindústria familiar, que é uma alternativa para incrementar a renda da família e um meio de utilização dos produtos excedentes (NEUMANN, 2007).

Com o objetivo de desenvolver iniciativas autônomas e capacidades próprias para abrir alternativas aos mercados tradicionais, surge a agroindústria. Como uma alternativa na busca de novos nichos de mercados utiliza-se da maior diversidade de produtos existentes em grande parte das propriedades familiares e na diferenciação dos produtos através da transformação dos mesmos dentro da propriedade, com o uso da mão-de-obra familiar (WILKINSON, 2008).

Assim, sua implantação é considerada uma alternativa eficaz como política voltada ao Desenvolvimento Rural. Prezotto (2002) afirma que o modelo de agroindustrialização descentralizado e de pequeno porte reduz o custos de transportes pela proximidade das matérias-primas às agroindústrias, valoriza a riqueza cultural das experiências de

¹ O termo agricultura familiar surgiu através de debates promovidos pelo meio acadêmico e por movimentos sociais, e na década de 1990, ocorreu a legitimação e o reconhecimento desta categoria, pelo governo de Fernando Henrique Cardoso, na criação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar, o PRONAF. Muitos autores discutem este termo desde então, pois a justificativa utilizada foi a de incluir os pequenos agricultores na modernização da agricultura, porém autores como Schneider (1990) e Abramoway (1992) concordam que o termo foi atravessado por condicionantes políticos e ideológicos (CHALITA, 2005).

agroindustrialização, produz em pequena escala e de forma descentralizada. Acrescenta ainda a elevação da arrecadação municipal de impostos, a valorização do meio rural no sentido de proporcionar uma melhor utilização do espaço territorial, a geração de novos postos de trabalho no meio rural, incrementando a renda dos agricultores familiares e promovendo a reinclusão social e econômica desses agricultores.

Mas, mesmo com todos os esforços, existem muitos gargalos neste setor, quais sejam processos de comercialização e acesso aos mercados, inadequação de embalagens, instalações e tecnologia de produção, e, principalmente, no que diz respeito à legislação sanitária e à qualidade destes produtos.

Isto ocorre, pois a garantia da qualidade de produtos produzidos em larga escala está diretamente ligada à padronização dos processos de produção. Essa padronização requer investimentos altos em equipamentos e instalações, cujo capital necessário os pequenos agricultores têm dificuldade em adquirir e não podem adequar-se às normas de padronização determinadas pelas instituições governamentais que regulam esses processos (NEUMANN, 2007).

Neste caso, então, os agricultores familiares continuam com as agroindústrias, mas na sua maioria não conseguem atingir a padronização legal, e o que garante a qualidade destes produtos é o marketing “boca-a-boca”, ou seja, a confirmação da qualidade através da opinião de quem já consumiu ou mesmo da força da “palavra” entre produtores e consumidores. Dessa forma, a questão norteadora desta pesquisa é a seguinte: a confiança e a ação coletiva, entre os atores podem ajudar a garantir a qualidade dos produtos familiares agroindustriais?

O objetivo geral deste estudo é analisar de que forma as agroindústrias familiares rurais constroem as regras do processo produtivo, frente às normas e leis que regulamentam o setor, e frente aos atores.

Os objetivos específicos elencados consistem em:

- Analisar como são as interações sociais nas agroindústrias familiares, e como se dá a organização social e do mercado;
- Caracterizar os tipos de produtos que a agroindústria familiar produz, assim como os processos de produção (modo de fazer, questões sanitárias);
- Observar como ocorre a construção da qualidade dos produtos tradicionais e se são acordadas regras no processo de produção entre os atores;
- Diagnosticar, mesmo que de forma geral, quais são os maiores entraves para o estabelecimento das agroindústrias familiares e quais são as suas potencialidades.

Nesta lógica, a Teoria das Convenções, consolidada no trabalho de Boltanski e Thévenot (1991), e baseia-se no reconhecimento mútuo e coletivo da qualidade dos produtos, será utilizada para explicar como funcionam as interações entre os atores com relação às regras de produção ou “modos de fazer” no processo produtivo e o quanto estes aspectos influenciam na garantia da qualidade dos produtos que são comercializados. O objetivo é de explorar inicialmente esta teoria aplicando à realidade estudada e não de aprofundar ao máximo seus conceitos, pois não trata somente do sistema agroalimentar.

A Teoria das Convenções busca um sentido complementar à Nova Sociologia Econômica (NSE) e à Nova Economia Institucional (NEI) quanto à formação dos mercados e instituições, respectivamente. Entende-se por Instituições – conceito este atrelado à NEI - o conjunto de regras e normas que estabelecem limites nos mais variados segmentos da sociedade. As instituições, segundo North (1990), são “as regras do jogo”. North (1990) afirma que as instituições são construídas pelos indivíduos de forma organizada e racional e o seu papel na sociedade é dito por esses mesmos indivíduos, e não somente aos interesses individuais e sim aos interesses comuns, mas mesmo assim a instituição não perde seu caráter unitário.

Já a Nova Sociologia Econômica (NSE) chega com a nova ideia de mercados a partir de estudos da dinâmica dos mesmos com uma extrapolação de redes sociais, a partir dos anos 70, com Mark Granovetter. Granovetter (1992) trabalha com a visão de mercados como uma construção social, e não apenas econômica, e com a noção de enraizamento (*embeddedness*) e a força de laços fracos.

O sentido complementar da Teoria das Convenções à NEI e à NSE é a ideia de que se os mercados são construídos pelos atores, segundo a NSE, e as instituições são as regras que regem estes mercados, essas regras não são simplesmente dadas. Elas vêm de uma demanda de dentro do processo produtivo, ou seja, os próprios atores constroem essas instituições.

A área que abrange este estudo é a Região Metropolitana de Porto Alegre, compreendendo os municípios mais próximos da capital, quais sejam Viamão, Gravataí e Glorinha, e a capital Porto Alegre. O meio rural desta região caracteriza-se por um número grande de estabelecimentos familiares rurais com produção bastante diversificada entre produtos de origem animal, vegetal e transformados. Ainda, conta com um vasto campo de comercialização de seus produtos como mercados locais, feiras, supermercados e venda direto ao consumidor através do turismo rural. A importância deste local para estudo está ligada ao fato da proximidade com grandes centros urbanos e todas as interferências que os agricultores

familiares e sua produção podem sofrer, aliado à origem da pesquisadora ser do meio rural da Capital em questão.

O presente estudo será apresentado em cinco capítulos. O primeiro capítulo apresentará alguns conceitos e esclarecimentos sobre a agroindústria familiar, demonstrando sua importância na conjuntura atual, além de levantar alguns questionamentos acerca das dificuldades enfrentadas no mercado. Ainda esclarecerá o conceito de qualidade ampla, que difere da qualidade física dos produtos e é utilizado para determinar as análises, e ao fim, fazendo alusão da contribuição da agroindústria e o conceito de qualidade ampla para o Desenvolvimento Rural.

O segundo capítulo abordará o marco teórico principal utilizado como base deste estudo, a Teoria das Convenções, assim como sua origem histórica e conceitual, a Teoria da Regulação e sua fundamentação a partir do trabalho *De La Justification: les économies de le grands* (BOLTANSKI; THÉVENOT, 1991). Ainda neste capítulo serão expostas as relações e os avanços frente à Teoria Neoclássica, à NEI e à NSE. Por fim, exemplificaremos com alguns trabalhos já publicados a relação da teoria base com o sistema agroalimentar e apresentaremos uma compilação da contribuição teórica para a construção da qualidade dos produtos das agroindústrias tradicionais.

O terceiro capítulo trará uma breve caracterização da região metropolitana de Porto Alegre e as motivações que levaram a pesquisadora para o estudo no local escolhido. E o quarto capítulo elucidará de que forma foi realizada a pesquisa, sua metodologia, etapas, e todo o detalhamento da coleta de dados.

Os resultados deste estudo, conforme cada objetivo específico, foram subdivididos em quatro etapas conforme o formulário de coleta de dados e o marco teórico conceitual apresentado no terceiro capítulo. O primeiro item tratará do produtor e sua família com relação aos indicadores sócio-econômicos como renda, escolaridade, faixa etária, a fim de observar em qual realidade estão inseridos. O segundo item fará uma análise das agroindústrias e suas interações sociais, tanto internas quanto dentro do ambiente de mercado. O terceiro item caracterizará as agroindústrias quanto à produção, modos de fazer e noção do conceito de qualidade. E, por fim, no quarto e último item será analisado como são construídas as convenções e as regras nas agroindústrias e se são utilizadas cotidianamente ao ponto de se transformarem em regras.

2 A AGROINDÚSTRIA FAMILIAR E A QUALIDADE AMPLA: UMA CONTRIBUIÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO RURAL

A população rural tem diminuído gradativamente nas últimas décadas. As oportunidades de emprego do meio urbano e o contínuo avanço da ocupação de terras para as cidades têm causado uma reconfiguração do espaço rural. Segundo Veiga *et al.* (2001), com base em dados oficiais, em 2000 a proporção da população que residia em áreas urbanas era de 81,2%, e a prospecção seria de que em 2015 aproximadamente 90% estariam nas cidades. Dessa forma, os investimentos para que o desenvolvimento do meio rural fosse sustentado até o futuro seriam em vão, pois esta suposição levaria a outra hipótese de que em 2030 já não existiria mais população rural, mas somente grandes empresas e latifúndios atuando na agricultura (VEIGA *et al.*, 2001).

Dentro desta ótica existe a explicação da ficção de fatos estatísticos e históricos que determinam o desaparecimento da população rural. Uma nova estimativa de dados, segundo Veiga *et al.* (2001), mais realista, demonstra que somente 60% da população brasileira pode ser considerada população urbana e que em algumas localidades rurais o crescimento populacional é maior do que nas áreas urbanas. Veiga *et al.* (2001) afirmam que existe um meio de desacelerar a redução da população rural, baseado na ideia chave de diversificação do meio rural e suas atividades, e de incentivos através de lei para o Plano Nacional de Desenvolvimento Sustentável. Esta diversificação não só está atrelada à pluriatividade dos agricultores e sua família, mas também de atividades que ainda integram o processo de produção, como a agroindústria familiar, que além de promover renda extra e/ou complementar, torna-se um meio de fixar a moradia no meio rural.

Muitos autores abordam a questão do desenvolvimento rural em diversos aspectos. Kageyama (2008) determina que desenvolvimento rural não pode ser considerado somente crescimento econômico, e que deve considerar aspectos da dimensão econômica, dimensão sócio-cultural, dimensão político-institucional e dimensão ambiental. Segundo Van der Ploeg *et al.* (2000), o desenvolvimento rural sugere a criação de novos produtos e serviços, entrando em novos mercados, sendo agora considerado um processo multi-nível (global, intermediário, firma individual, territorial, político), multi-atores, envolvidos na relações sociais, econômicas e institucionais, e multi-facetado, administração da paisagem, agroturismo, conservação da natureza, agricultura orgânica, produção de especialidades regionais, etc, onde as

propriedades assumem um novo papel, e estabelecem relações sociais e mercadológicas diferentes com outras empresas e o meio urbano.

Estudo feito recentemente por Carvalheiro, Agne e Waquil (2009), no município de Maripá – PR, mostra que as agroindústrias familiares rurais têm conquistado seu espaço nos mercados na soma de forças com autoridades e instituições que apóiam o setor, utilizando de iniciativas como feiras especiais para os produtos agroindustrializados, supermercados e pequenos estabelecimentos, e na criação de um selo personalizado para legalização. Estas ações contribuíram para o desenvolvimento rural local, com a troca de aprendizado entre os atores, ampliação das relações sociais e reconfiguração de cooperação entre as famílias rurais.

Quando relacionamos a agroindústria familiar e a qualidade ampla ao desenvolvimento rural, traçamos uma trajetória onde o processo multi-facetado de diversificação da produção adentra na questão crucial de valoração também social e não só econômica dos produtos agroindustriais e do trabalho. A qualificação dos produtos agroindustriais familiares, neste caso, é avaliada também por estes aspectos simbólicos citados, sendo de relevância na determinação da qualidade.

2.1 AGROINDÚSTRIA FAMILIAR RURAL

A partir da década de 1990 muitas transformações aconteceram nos mercados tradicionais da agricultura. Segundo Wilkinson (2008), mudanças profundas na regulação, na organização e nas formas de acesso aos mercados agrícolas tradicionais, como a integração e abertura regional de mercados, e a menor intervenção do Estado ocasionou consideráveis mudanças na dinâmica de *commodities*, e promoveu economias de escalas como aves, suínos e leite.

A tendência evidenciada atualmente para o sistema agroalimentar é caracterizada pela coexistência de processos de padronização e de diferenciação no consumo dos alimentos, tendo reflexos diretos nas etapas de produção agrícola. A padronização de processos está ligada diretamente aos estabelecimentos de produção em grande escala, e a criação de novas oportunidades de mercado, para produtores de pequeno e médio porte, com a valorização de produtos com atributos diferenciados de qualidade. Deste último, a agricultura familiar, cumprindo os requisitos básicos, pode se apropriar, tendo condições e proporções para

participar dos mercados de forma competitiva, inovadora e sustentável (WESZ JUNIOR; TRENTIN, 2008).

As novas exigências destes mercados tanto em questão de tecnologias de produção quanto de organizações de mercado determinaram uma barreira para os pequenos agricultores quanto a sua reprodução no campo, e uma maneira encontrada para abrir espaço no mercado foi o investimento em mercados de nicho, como é o caso dos orgânicos e agroecológicos. Segundo Wilkinson (2003, p.18), “[...] esses novos mercados eram construídos recorrendo a características associadas à ‘natureza’ da agricultura familiar, sejam de tradição, geográficas, sociais, políticas, culturais e ambientais”.

O mercado de *commodities*, por suas características de produção (grandes volumes de produtos semelhantes e inúmeras procedências) conferem ao produto agrícola uma forma impessoal de comercialização e não permitem uma atribuição de marca ou identidade mercadológica a produtores e produtos, que é uma forma de diferenciação e agregação de valor aos produtos. A alternativa é direcionar o mercado para produtos diferenciados, que não os de produção em larga escala, como soja, trigo, arroz, milho, diferente do padrão de *commodities*, e com maior valor agregado, onde se possa atribuir uma marca ou referência de origem. E esta é uma característica que pode ser explorada na agricultura familiar através da agroindústria familiar (VIEIRA, 1997).

Em torno do conceito de agroindústria familiar existe uma vasta discussão sobre qual o melhor termo a se utilizar em estudos neste tema. A título da investigação desta pesquisa é necessário também elencar um conceito de agroindústria familiar que possa separar os estabelecimentos familiares que realizam industrialização de seus produtos dos estabelecimentos que tem por base o modo de produção da agricultura patronal. Dentre os variados conceitos, o termo que mais se aproxima da realidade que se estudou é Agroindústria Familiar Rural, cuja definição é:

A agroindústria familiar rural é uma forma de organização onde a família rural produz, processa e/ou transforma parte de sua produção agrícola e/ou pecuária, visando, sobretudo a produção de valor de troca que se realiza na comercialização [...] a agroindústria familiar rural se constitui num novo espaço e num novo empreendimento social e econômico [...]. Outros aspectos também caracterizam a agroindústria familiar rural tais como: a localização no meio rural, a utilização de máquinas e equipamentos e escalas menores, procedência própria da matéria-prima em sua maior parte, ou de vizinhos, processos artesanais próprios, assim como da mão-de-obra da família. (MIOR, 2007, p. 2).

Outro conceito importante, que está associado ao da agroindústria familiar rural é o de um dos modos de produção que esses estabelecimentos adotam: o da produção artesanal, cujo resultado é o chamado produto colonial, ou outros termos, como produto artesanal, tradicional, típico, da terra, qualidade específica, local, dentre outros (MARIOT, 2002), denominados pelos próprios agricultores e consumidores. A produção artesanal considera na sua lógica os “modos de fazer” e as “formas de pensar” dos atores, onde as práticas de produção não estão desconectadas dos modos de vida de quem as produz, ou seja, a cultura e a história dos indivíduos têm influência sobre o modo de produção.

Mariot (2002) utilizou como aporte diversas demoninações e definições de autores para o “produto colonial”, e formulou a definição de produtos agroalimentares típicos, qual seja “[...] produto processado obtido em pequena escala ao nível da propriedade rural ou pequenas indústrias rurais, usando matérias primas locais e tecnologia de elaboração tradicional” (MARIOT, 2002, p. 17). Este conceito converge com o presente estudo e foi atribuído ao tipo de produtos comercializados pelas agroindústrias familiares rurais entrevistadas.

Acrescentando à discussão, a agroindústria familiar rural promove a melhor utilização da mão-de-obra e também é uma fonte de agregação de valor do produto *in natura*, gerando renda e trabalho, e valorizando a família. Esta produz, processa e/ou transforma o produto e, em sua maioria, atinge os mercados locais (NEUMANN, 2007). Assim, torna-se uma das maneiras de agregar valor aos produtos da agricultura familiar. Segundo Brito (2005), agroindústrias são unidades que, em grande parte, têm suas atividades internas centralizadas no trabalho dos indivíduos que fazem parte da família, mantêm uma produção diversificada e através da transformação dos produtos têm uma fonte de renda complementar.

Ainda, Wilkinson (1998) afirma que a agroindústria familiar é uma forma de “reconversão” para mercados mais artesanais ou nicho agroindustrial frente à realidade de exclusão dos pequenos produtores dos mercados agroindustriais, ou seja, uma reapropriação da propriedade rural de atividades agroindustriais, e,

[...] a opção artesanal envolve uma relação de proximidade particular com o consumidor, uma vez que uma proporção importante deste mercado é trazida até a propriedade rural. Existe, então, uma pressão específica para que haja uma transparência nos processos produtivos que também serão “consumidos” como pré-condição para compra posterior os produtos. (WILKINSON, 1998, p. 4).

As interações podem ser individuais ou associativas, sem redução dos benefícios ali gerados.

O caminho mais adequado, embora não o único, são as iniciativas autônomas dos produtores de elaborar ou de processar a matéria-prima agrícola, de forma individual ou associativa. Nos projetos associativos, coloca-se, ademais, a importância de preservar vínculos estreitos entre a produção da matéria-prima agrícola e a atividade de agregação de valor à mesma, pois o maior ganho gerado pela última pode dar origem a processos de diferenciação econômica entre os agricultores envolvidos. (MALUF, 2004, p. 303).

Neste contexto, a agroindústria familiar rural torna-se uma alternativa econômica que contribui para a permanência da agricultura familiar no campo e para construção de um novo modelo de desenvolvimento sustentável, que ajuíza o rural como um todo e não só constituído da produção agrícola,

[...] pode proporcionar uma importante forma de (re) inclusão social para os agricultores, através da renda obtida pelo seu trabalho (e produção), melhorando a sua qualidade de vida. Para essas pessoas pode representar o (re) início da construção de cidadania, bem como uma oportunidade de resgate de valores sociais e culturais, que vai muito além do que usualmente é confundido com cidadania, mas que não passa, muitas vezes, da obtenção de documentos de identificação pessoal. (PREZOTTO, 2002, p. 138).

De acordo com resultados de Agne e Waquil (2010), as agroindústrias familiares rurais promovem renda extra para as famílias, uma reconfiguração das estratégias de produção e comercialização dos produtos e o aumento das relações sociais entre os atores. Os autores afirmam que os mercados formados acerca destas agroindústrias são firmados pelas relações interpessoais e de confiança entre produtores e consumidores, e mesmo com a informalidade produtiva, na maior parte das agroindústrias entrevistadas, os produtos conquistaram espaço no mercado e têm importância por serem diferenciados e advindos da agricultura familiar.

Muitas exigências quanto à legislação sanitária, em especial para produtos de origem animal, não são compatíveis com pequenas agroindústrias rurais e as condições básicas de higiene e sanidade requeridas dificilmente são alcançadas, tornando-se uma preocupação de cunho principal e inicial nas agroindústrias artesanais e de pequena escala. Dessa forma, um número considerável de estabelecimentos que não conseguem seguir todas as normas da

legislação e continuam com o comércio destes produtos, adotam a comercialização informal (WILKINSON, 1998).

No caso de mercados informais, no meio rural, a exemplo da avaliação dos mercados de produtos lácteos em estudo por Wilkinson e Mior (1999), a formalização veio após o início da produção nas propriedades, que era ligada à tradição familiar de agroindustrializar para consumo e comercializar o excedente. Acrescido a este fato, os mercados informais são dinamicamente relacionados com as redes sociais de vizinhança e por este motivo acabam alcançando um *status* de reputação de qualidade.

2.2 O CONCEITO DE QUALIDADE AMPLA

A qualidade dos produtos é um dos fatores considerados na escolha para consumo. Durante muitos anos o preço determinava a escolha ou a preferência dos alimentos, mas com o aumento da preocupação com a qualidade de vida e preocupação ambiental surgiu um olhar mais crítico sobre a forma de produzir estes alimentos, associando alimento à saúde.

O conceito de qualidade ligado somente às características físicas e microbiológicas dos produtos e seu valor comercial recebe uma nova visão, determinando que a qualidade é dada por aspectos sanitários e regulamentares, somados aos aspectos nutricionais, organolépticos e facilidade de uso, denominada “qualidade ótima” (LAGRANGE, 1995). Mas com o aumento de informações proporcionadas aos consumidores, este conceito não se aplica claramente, pois existe uma expectativa em conhecer quem, onde e como foram produzidos estes produtos.

Então Prezotto (2002) propõe a contemplação de outros aspectos, quais sejam aspectos ecológicos, culturais, sociais e a aparência dos produtos. Ainda afirma que para que a qualidade dos produtos possa ser atestada por todos atores deve existir um meio de sinalização e normatização dessa qualidade uniforme para todos por meio de um diálogo educativo, possibilitando assim “[...] um caráter de conformidade em relação a um determinado conceito ou padrão de qualidade” (PREZOTTO, 2002, p. 10), elencando alguns obrigatórios e outros opcionais. É necessário que neste caso seja acordado pelas duas partes, produtor e consumidor, o padrão de qualidade almejado.

Este processo de comunicação sobre a qualidade dos produtos pode se dar diretamente dos produtores com os consumidores ou através de um mecanismo de sinalização nas embalagens dos produtos conforme indicamos anteriormente [...] pode se dar através da venda direta dos produtos (cestas com entrega de casa em casa, feiras etc) possibilitando um contato do produtor com o consumidor. De outra forma pode ocorrer através da organização de redes de fornecedores (de pequenas agroindústrias, por exemplo) e dos consumidores (associações, cooperativas de consumo ou de moradores ou de bairros), com base na credibilidade estabelecida entre quem produz (as redes) e quem consome (organizações dos consumidores). (PREZOTTO, 2002, p. 13)

Ainda, segundo Prezotto (2002), este conceito pode reorientar a criação de novas políticas públicas para as agroindústrias familiares rurais, propiciando um ambiente institucional mais adequado à realidade dos estabelecimentos e favorável ao desenvolvimento regional e rural, e é este o conceito que o presente estudo utiliza para guiar os questionamentos quanto à qualidade, relacionada aos produtos coloniais da agroindústria familiar rural.

O conceito de qualidade tem sido questionado no meio acadêmico principalmente quando analisadas as realidades de pequenos agricultores, frente às exigências do mercado. Uma nova forma de perceber a qualidade e construí-la no meio rural, no caso deste estudo, nas agroindústrias familiares, advém não só de mudanças nos padrões de produção, mas também do *framework* institucional geral que regula este setor. A teoria que será utilizada para explicar essa nova visão será a Teoria das Convenções, abordada a seguir.

3 A TEORIA DAS CONVENÇÕES

O arcabouço teórico central deste estudo é a Teoria das Convenções, e será explorada neste capítulo. A conexão desta teoria com a realidade da pesquisa ocorre no momento em que o mercado e suas interações, sejam sociais ou institucionais, são consideradas resultantes das demandas, tanto com relação aos produtores quanto aos consumidores no que tange a qualidade dos produtos agroindustriais.

Quando falamos em demandas, faz-se a alusão às regras e normas que são utilizadas para qualificar os produtos e como estas são acordadas entre produtores e com os consumidores. A teoria em questão assume que essas regras surgem de dentro do processo produtivo, sendo de unanimidade entre os produtores de acordo com as necessidades dos consumidores, ocorrendo a adequação do processo produtivo e a garantia da qualidade dos produtos ofertados. Ainda, as interações sociais que existem neste processo fortalecem as relações de confiança e reconhecimento mútuo da qualidade da produção artesanal, demonstrando uma construção coletiva de um bem comum baseada na confiança e nas relações interpessoais.

O termo convenções é bem elucidado por Reynaud e Richebé (2009), os quais afirmam que a palavra esclarece uma propriedade essencial das regras e normas sociais, que possibilitam a coordenação dos processos sociais: as convenções são as normas, mas emergem dos processos de coordenação ao invés de transcender os mesmos, convenções surgem das próprias restrições de coordenação. O interesse em mostrar a correta noção de convenções, segundo os autores, tem por objetivo descrever o peso e a frequência das regras que restringem, mas que não são advindas de análises estratégicas ou autoridade institucional. As convenções surgem pelo mero fato de pertencerem a um grupo, da vontade de participar de uma ação coletiva, e essas regras são consideradas dispositivos de conexão coletiva, pois dão à racionalidade humana uma dimensão social, conectando-os uns aos outros a partir da convergência das experiências pessoais de cada indivíduo, ou seja, trazendo seus valores humanos e individuais para um bem comum à coletividade.

Mas, antes de abranger mais a fundo o que é e como é utilizada a Teoria das Convenções (TC) nos sistemas agroalimentares, é necessário saber de onde esta teoria tem origem e porque surge como uma alternativa à teoria econômica neoclássica.

No Brasil, poucos trabalhos utilizam a TC para elucidação de estudos dentro dos sistemas agroalimentares. O trabalho mais expressivo é de John Wilkinson em sua obra *Mercados, redes e valores* (2008), onde explora as opções estratégicas da agricultura familiar. Em um de seus capítulos, e faz uma breve e iluminadora introdução à TC demonstrando a relação desta teoria com os sistemas agroalimentares, estudo este publicado anteriormente, em 1999, nos *Ensaio FEE*, e que será explorado ao longo deste capítulo.

Ainda, alguns trabalhos serão explorados a fim de exemplificar a utilização da TC nos sistemas agroalimentares e que darão frente de apoio à análise dos resultados nesta dissertação.

3.1 ORIGEM DA TEORIA DAS CONVENÇÕES

A TC, também chamada por alguns autores como Economia das Convenções, é uma teoria estudada recentemente pela escola francesa e tem sua origem na Teoria da Regulação (TR)¹. Essa conexão inicia com estudos feitos na França sobre trabalho e relação salarial, e o entendimento destes conceitos por regulacionistas e convencionistas. Os regulacionistas são os que defendem a TR, e os convencionistas divergem em parte dos regulacionistas.

A TR consiste em uma teoria macroeconômica que se habilita a explicar como se regula o regime de acumulação do capital e surgiu em meio à crise econômica capitalista dos anos 1960. Baseia-se fundamentalmente na tradição marxista e também utiliza-se de referências pós-keynesianas e da história econômica. Da teoria marxista reconhece a ênfase nas relações sociais (mercantil e salarial) sobre as regularidades econômicas na análise das sociedades, mas considerando que na história existem mutações e inovações, e não uma linha imóvel e tendencial de crises. Ainda, compartilha com os pós-keynesianos a ideia de que a estabilidade do conjunto irá depender de cada indivíduo, e que cada período tem sua particularidade institucional e se necessário deve sofrer uma reforma estrutural (BOYER, 1990).

A teoria regulacionista define a regulação econômica através da análise de um quadro de mudanças que pressupõem a interação entre cinco campos de interesses, que tornam

¹ Romeiro e Silva (1997) fazem uma análise crítica à Teoria da Regulação (usando como referência os trabalhos e autores mais expressivos, como Boyer, Allaire, Bartoli e Boulet), que elucida uma visão mais flexibilizada da regulação em prol do regime de acumulação, e faz uma teorização da relação da Teoria da Regulação com a agricultura/agroindústria.

compromissos sociais institucionalizados, quais sejam a relação salarial, a concorrência, a moeda, o Estado e a inserção internacional. A partir desse ponto existe uma tentativa de explicar a estabilização do crescimento econômico dos países desenvolvidos nos chamados “trinta anos gloriosos” (BOYER; SAILLARD, 2005).

Segundo Boyer (1990), a teoria da regulação tem como ponto de partida o conceito de modos de produção, pois este é o que define toda a estrutura de uma sociedade, sendo um sistema complexo e de muitas articulações.

Historicamente, as pesquisas sobre a regulação partem de uma concepção holística dos vínculos sociais, sem, entretanto, deixar de negar a necessidade de explicitar as mediações que determinam os comportamentos coletivos e individuais. [...] O interesse do conceito de modo de produção é o de explicitar as articulações entre relações sociais e organização econômica. Esta expressão designa toda forma específica das relações de produção e de trocas, ou seja, das relações sociais que regem a produção e a reprodução das condições materiais necessárias para a vida dos homens em sociedade. (BOYER, 1990, p. 68).

A relação salarial deve ser encarada como diferente da relação mercantil de produção de bens materiais, pois introduz uma separação social, isso implica em uma das qualificações do conceito de modos de regulação, caracterizado pelo conjunto de procedimentos e de comportamentos, individuais ou coletivos, cuja propriedade é a de “[...] reproduzir as relações sociais fundamentais através da conjunção de formas institucionais historicamente determinadas” (BOYER, 1990, p. 80). Existe um conceito singular da “mercadoria” trabalho, que a reconhece sob a forma de um “contrato incompleto”, ou seja, para firmar uma relação salarial é necessária a utilização de regras, normas e convenções (WILKINSON, 1999).

A divergência em alguns pontos entre regulacionistas e convencionalistas vem da nova interpretação de como surgem as instituições que regem o comportamento coletivo. A análise deste comportamento não está mais ligada ao individualismo, mas tem como ponto de partida o ator, e após, a análise do universo onde está inserido. Segundo Wilkinson (1999), os convencionalistas passam do individualismo para uma ação mais coletiva, e os regulacionistas passam de uma visão funcionalista do ajuste dos atores para outra em que as instituições inserem um contexto de desenvolvimento das rotinas e comportamento coletivo. Esta iniciação se deu em uma conferência onde foi discutido o mercado de trabalho e a qualificação do trabalho, em 1984, intitulada *Les outils de gestion du travail* e documentado

em 1986 por Salais e Thévenot no trabalho cujo título é *Les travail. Marchés, régres, conventions*. (MALAFAIA, 2007).

Para Romeiro e Silva (1997), existem versões flexibilizadas da Teoria da Regulação, que percebem o conflito dos atores com as regras do jogo:

[...] fazem emergir uma forma institucional, que cria regras e convenções, leva os agentes interagirem dentro das regras, afetando, por conseguinte, os níveis de atividades econômicas. É neste nível que se pode ser pensado a construção de dispositivos institucionais característicos da relação entre um modo de regulação e a agricultura/agroindústria.

A Teoria das Convenções surge como uma visão mais geral para a análise da atividade econômica em contrapartida à análise mais setorial da abordagem regulacionista. A TC admite que qualquer produto ou serviço pode sofrer com as carências dos contratos incompletos, não só o trabalho e a relação salarial, como dizem os convencionistas. O trabalho fundador desta teoria é intitulado *De La Justification: les économies de les grandeurs*, produzido por Boltanski e Thévenot, em 1991.

Para Wilkinson (1999), esta transformação de uma visão mais setorial convencionista para uma mais geral está atrelada a dois desenvolvimentos. O primeiro, relacionado à crítica ao conceito de regras na teoria dos jogos e ao problema da regressão infinita, onde regras são criadas a partir de regras e formam outras regras, e assim sucessivamente, levando à construção de uma teoria geral para construção e validação de regras, normas e convenções como base de toda a atividade econômica. O segundo desenvolvimento trata do reconhecimento de que não somente o trabalho, mas qualquer produto pode sofrer por deficiências previstas na forma de “contratos incompletos”, e para isso é necessário que se tenham regras, convenções que qualifiquem este produto, daí também surgindo uma certa obsessão pela qualidade.

3.2 O QUE É A TEORIA DAS CONVENÇÕES?

O trabalho que fundamenta essa dissertação é a Teoria das Convenções, cujo documento seminal foi produzido por Luc Boltanski e Laurent Thevenot em 1991 na França,

e intitulado *De La Justification: les économies de le grandeurs*, partindo da constatação de que não seria utilizada somente para justificação do trabalho, como no seu início, mas para todas as outras mercadorias, saindo de uma análise mais específica, para uma teorização geral da economia.

A noção de regras e normas que a TC discute está atrelada a um tipo de coordenação dos atores, onde o que move suas ações é um bem comum, ou um objetivo comum. Segundo Wilkinson (1999, p. 108) “[...] as regras não são anteriores à ação e tão pouco elaboradas de fora da ação, surgindo no interior do processo de coordenação dos atores”. As demandas por regras, normas e convenções surgem através das percepções que esses atores têm com relação a sua realidade e a funcionalidade dos processos com os quais estão envolvidos.

A formação do consenso de que uma regra se faz necessária irá surgir assim que os atores adentrem em um acordo do que seria o objetivo comum em determinada situação. É uma ação coletiva, de negociação e que reflete o tipo de ator envolvido e a sua própria qualificação: “A qualificação dos objetos é por isso, simultaneamente, a qualificação dos atores envolvidos.” (WILKINSON, 1999, p. 108).

Segundo Boltanski e Thevenot (1991), para que os atores atinjam o bem comum, é necessário que estes elejam um senso comum, “*Le sens du commun*”. Este senso comum é formado, dentre outros aspectos, da característica do ser humano de utilizar-se da racionalidade para o julgamento. Sendo este julgamento feito de forma justa, o ser humano é capaz de chegar a uma situação de ajuste. Afirmam, ainda, que o senso comum está diretamente ligado ao senso de moral, que integra o reconhecimento mútuo entre os atores do ajuste acordado, com as possibilidades que se têm para que este ajuste seja realmente justo. E este senso moral é da naturalidade do ser humano, ou seja, o uso fica ao critério do ator, ser moral ou não, dentro do acordo. Nesta obra, os autores fazem referência à existência de seis diferentes mundos para justificar como se dão as ações coletivas entre os atores. Cada um destes mundos é descrito e orientado para diferentes tipos de qualificação de objetos e sujeitos, para diferentes tipos de justificação e desafios.

Estes mundos, ou também chamados “*grandeurs*”, são: o mundo inspirado, o mundo doméstico, o mundo da opinião, o mundo cívico, o mundo do mercado e o mundo industrial. Cada mundo tem um princípio associado, que em presença simultânea garantem a sua legitimidade.

O mundo inspirado tem como base o trabalho de Santo Agostinho, *City of God*, cujo princípio é o da não-exclusão – humanidade comum, e como elemento central as ideias originais e princípio organizador a criatividade. O mundo doméstico é baseado no princípio

da dignidade e seu elemento principal são as relações interpessoais, sendo seu princípio organizador a lealdade. O mundo da opinião tem como trabalho base o *Leviathan*, de Hobbes, associado ao princípio da diferença, e com referência à reputação tendo como elemento central a notoriedade. O mundo cívico utiliza o trabalho de Rousseau, *Contrat Social*, com a noção de bem-estar comum, como elemento central os valores da sociedade e como princípio organizador a representação. O mundo do mercado está baseado no trabalho de Adam Smith, trazendo a noção de investimento como ponto inicial, como princípio organizador a competitividade, onde a diferença obtida é justificada pelo esforço dedicado, e o elemento central é o mercado. E o mundo industrial, presente no trabalho de Saint-Simon, cujo princípio é a existência de ordens de grandeza, onde os valores são produtos da eficiência, da confiança, da capacidade organizacional, e da padronização, tendo como elemento central os *standarts* (WILKINSON, 1999; BOLTANSKI; THEVENOT, 1991; MALAFAIA, 2007).

No caso dos sistemas agroalimentares, aplica-se o mundo “doméstico”, que tem como cerne o comportamento baseado na confiança e lealdade dos atores, uns com os outros. Ou seja, quando falamos em qualidade dos produtos e seu processo de produção, a incerteza é resolvida através da confiança e das trocas interpessoais de informações. Cada produto é associado a um produtor em particular – muito característico em produtos com identificação de origem, e os produtos mudam pouco, seja pela demanda ou então pelo uso de novas tecnologias. Quando as formas de reconhecer a qualidade são incertas e a maneira como se garante a qualidade é internalizada, temos uma representação da definição do mundo doméstico como um mundo legitimador da qualidade destes produtos.

A fundamentação da teoria das convenções traz o enraizamento do produto no tempo (tradição) e no espaço (lugar onde é produzido), situação esta presente na agricultura familiar, neste caso, agroindústria familiar rural, idealizando uma forma local de regulação, com uma organização de mercado através de referências comuns (medidas e padrões) que asseguram a equivalência dos produtos, ou sua qualidade, assegurados também pela confiança interpessoal. Então, o que é uma demanda interna, torna-se uma regra ou instituição dentro do processo de produção daqueles produtos. A qualidade firmada por esse produto pressupõe a qualificação do trabalho e das organizações envolvidas em sua produção (WILKINSON, 1999).

Sylvander (1995) afirma que a divulgação de um produto no mercado passa por uma série de negociações entre os atores, que não estão somente ligadas ao preço, sendo antes o resultado de convenções em que participam produtores e consumidores. Somando ao fato de que a abordagem convencionalista determina que a coordenação da economia seja feita pelo mercado e agrega a problemática da incerteza sobre a qualidade e sobre a análise das

instituições, através das quais os atores se coordenam, admitindo, então, que a qualidade é definida de forma endógena, resultado de um processo de construção social. Assim, a coordenação das atividades econômicas e a construção da qualidade dos produtos baseia-se na multiplicidade de convenções de qualidade, exógenas às leis do mercado, que intervêm na regulação das relações comerciais.

Contudo, as formas de coordenação e organização dos mercados podem ser alteradas caso a força coletiva altere as convenções, e neste caso as instituições, pré-determinadas pelas leis do mercado. Dessa forma, demonstra-se que os produtos agroindustriais podem ser qualificados de forma diferenciada, dependendo da ação coletiva dos atores e da assimetria de informações junto aos consumidores. Esta pode ser uma forma de fortalecer a marca ou nome “produto colonial”, e estabelecer um mercado mais sólido e legitimado socialmente.

Neste sentido, a teoria das convenções já vem contribuindo para vários estudos na França e na Europa, como acima demonstrados. Mas, esta aplicação da TC leva em consideração produtos que já possuem identificação de origem ou qualidades específicas devido ao modo de fazer, atestadas e consolidadas frente ao mercado. No caso do presente estudo, a TC irá contribuir para que a partir das análises dos dados primários perceba-se as agroindústrias da região estudada rumam para a construção social do mercado e das convenções relacionadas à qualidade para os produtos tradicionais. Isto nada mais é do que uma tentativa de legitimação desta teoria, frente a uma realidade social e de mercado diferente da original, mas cujo raciocínio dos atores é considerado semelhante.

3.3 RELAÇÕES E AVANÇOS QUANTO À TEORIA NEOCLÁSSICA, À NOVA ECONOMIA INSTITUCIONAL E À NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA

A Teoria das Convenções, como já explorado neste trabalho, é uma teoria recente que além de ser originada da Teoria da Regulação, possui relações e avanços quanto a outras teorias pertinentes dentro da organização da economia e, portanto, igualmente importantes para a compreensão dos sistemas agroalimentares inseridos nesta economia.

Os pontos mais importantes que são os pilares desta teoria, como a organização e construção coletiva dos mercados, a confiança e a formação de regras, fazem alusão tanto à teoria econômica Neoclássica, quanto teorias mais recentes como a Nova Sociologia Econômica (NSE) e a Nova Economia Institucional (NEI).

Os neoclássicos consideram como seu objeto de análise um indivíduo racional, que independe dos outros indivíduos, e segue seu próprio interesse, demonstrando que a teoria neoclássica não vê utilidade na colaboração interdisciplinar. Mas, a sociedade econômica é socialmente construída, tanto individualmente, quanto coletivamente, e todos seguem regras e instituições, por esta construída. Então, a TC contribui como uma crítica a esta estática da economia e individualidade que os neoclássicos acreditam, pois a TC analisa a ação econômica como um esforço coletivo, interdisciplinar, contando com a economia, história, teoria organizacional e filosofia política (WILKINSON, 1999).

A TC é encarada no presente estudo como uma visão complementar à NEI e à NSE. A NEI (NORTH, 1990), traz uma visão analítica do papel das instituições, e de como se relacionam com as organizações e os agentes envolvidos. As instituições influenciam nas organizações, nas decisões e nas estratégias dos agentes, podendo estar dentro ou fora das organizações, através de suas regras. Mas ainda, as organizações podem modificar o ambiente institucional, fazendo o sentido contrário, segundo suas demandas e de seus agentes. North (1990) afirma que Instituições são as “regras do jogo” e as organizações são os “jogadores”. Essas regras podem passar por algum tipo de revisão, mutação ou então abandono. As organizações utilizam as instituições para determinar qual sua finalidade e como irão surgir ou formar-se. Ainda, existem os agentes, ou atores, que são os “empresários”, os que tomam as decisões nas organizações.

Já a NSE introduz uma nova ideia de mercados a partir de estudos da dinâmica dos mesmos com uma extrapolação de redes sociais, a partir dos anos 70, com Mark Granovetter. Granovetter (1992) trabalha com os principais conceitos da NSE que introduzem uma nova concepção para a teoria neoclássica, quais sejam a visão de mercados como uma construção social, a noção de enraizamento (*embeddedness*), onde a produção está enraizada em tempo e espaço, fazendo alusão à tradição de produção, e a força de laços fracos, onde o ator ocupa um papel estratégico nas relações de mercado entre as redes sociais nas quais circula.

É necessário dizer também que a questão do enraizamento está fortemente relacionada às questões de confiança, que são simplesmente as relações pessoais, diretas ou indiretas, que permitem o bom convívio de “mercados concorrenciais” ou das redes, utilizando-se da confiança para seu bom funcionamento, evitando o oportunismo e ações lesivas, e atribuindo *status* de qualidade ao produto conhecido pela comunidade.

O sentido complementar que é sugerido pela teoria das convenções está baseado na ideia de que as instituições ou regras são consequência de uma demanda que vem da ação dos atores, ou seja, que os atores colaboram na construção dessas regras.

Assim, a teoria das convenções utiliza-se dos conceitos de confiança, da construção social dos mercados que vêm da Nova Sociologia Econômica, e do conceito da NEI de que as regras são construídas por indivíduos racionais que podem revelar interesse em um bem comum, mas acrescenta que dentro da construção do mercado irão surgir as demandas para a construção dessas regras, e que estas serão formadas pelos atores inseridos no processo de produção.

3.4 A TEORIA DAS CONVENÇÕES E O SISTEMA AGROALIMENTAR

A TC é utilizada como arcabouço teórico no sistema agroalimentar fazendo referência ao mundo doméstico de legitimação para a construção da qualidade em inúmeras pesquisas. Estudos feitos pelo INRA (*Institut National de la Recherche Agronomique* – Instituto Nacional de Pesquisa Agrônômica), na França, foram analisados e publicados em dois trabalhos e estes demonstram e proporcionam a validação da utilização da TC para análise dos sistemas agroalimentares. Os dois volumes de pesquisa publicados em 1995 são: *La grande transformation de l'agriculture*, por Allaire e Boyer, e *Agro-alimentaire: une économie de la qualité*, por Nicolas e Valeschini (WILKINSON, 1999).

O primeiro faz menção à construção social da qualidade, pressupondo que a teoria das convenções pode ser microdeterminante da atividade econômica partindo da interdisciplinariedade, e o segundo reforçando que o conceito central de análise das convenções é a noção de qualidade (WILKINSON, 1999).

Estes trabalhos ainda contribuem à análise expondo a importância de aspectos como a da noção de qualidade (quando a qualificação do produto pressupõe a qualificação do trabalho, e o controle de qualidade é assegurado através de redes de relacionamento e confiança), a centralidade e a forma de variabilidade das formas de organização (onde as formas variadas de coordenação podem ser explicadas num mesmo ambiente competitivo) e o foco em novos padrões de institucionalização (que têm origem dos acordos e normas criadas localmente, considerando critérios de qualidade, caracterizando uma nova institucionalização setorial) (WILKINSON, 1999).

Estudo feito recentemente (MALAFAIA, 2007), comparando as formas de coordenação do sistema agroalimentar da cadeia da pecuária de corte no Brasil e no Uruguai, demonstrou que quando existe coerência na ação coletiva, desenvolvem-se vantagens

competitivas, que influenciam a exploração dos ativos estratégicos territoriais. Este é um ponto determinante na TC, que se relaciona com a construção coletiva de um bem-comum, um produto competitivo no mercado, com características qualitativas acordadas pelos atores da cadeia, neste caso, a produção de carne com atributos de qualidade e inocuidade que atendem ao mercado que tem preocupação com a segurança do alimento.

Straete (2004) em estudo que analisa três casos noruegueses da cadeia leiteira demonstrou que um dos fatores mais importantes para inovação e mudança no mundo de produção foram as capacidades locais empresariais, a intensidade de integração entre as firmas e os produtores associados, e a força do enraizamento da firma na comunidade. Foi assim, demonstrada a importância dos laços dentro das redes e da confiança entre os produtores e firmas afiliadas, e com a empresa integradora. Este resultado, dentre outros, também é percebido no trabalho de Rosin (2008), quando analisadas as cadeias produtoras de kiwi e de leite sob auditoria quanto à qualidade de seus produtos, na Nova Zelândia, constituindo, segundo o autor, “*a new spirit of farming*”, ou seja, um novo espírito de produção.

Cidell e Alberts (2006) afirmam em seu estudo que busca demonstrar que as associações locais constroem socialmente a qualidade do alimento, e que esta ultrapassa o processo de produção, exemplificado no estudo de caso “*European Chocolate War*”, onde as questões de qualidade estão conectadas ao “modo-de-fazer” geográfico, ou regional, e às inovações. Este também é o caso do estudo de Kirwan (2006), sobre produtores do Reino Unido, que com o marketing direto e interpessoal estreitando o contato entre produtor e consumidor, o que os autores chamam de “*face-to-face interaction*”, ampliam o conceito de qualidade agora também não-econômico, considerando aspectos como local, natureza da produção e relações sociais e trocas, podendo substituir os padrões uniformes que julgam a qualidade dos produtos, e superando a incerteza.

Neste sentido, trabalhos que envolvem a teoria das convenções seguem um marco conceitual teórico básico que determina um complexo conceito de qualidade, onde a construção social e coletiva das convenções é feita acerca de uma demanda interna, tanto dos atores quanto do local e do modo de fazer dos produtos agroindustriais tradicionais. O marco para este trabalho (Figura 1), além dos conceitos da TC, integra a NEI e a NSE. A utilização dos conceitos de confiança e da construção social dos mercados da NSE, e de que as regras são construídas pelos atores (NEI), são complementados com a ideia de que as demandas são construídas através da ação coletiva (família, agroindústria, associações) e em razão de um bem comum. A noção do bem comum, que vem a ser associado aos sistemas agroalimentares

é a qualidade dos produtos, e está atrelado ao mundo “doméstico” de legitimação da TC, que determinará quais são os elementos que garantem a qualidade destes produtos – seja pela qualidade ótima ou pela qualidade ampla, ambos conceitos já explorados anteriormente.

No momento em que a ação coletiva está voltada para a identificação da qualidade dos produtos, quais sejam: os sistemas/tecnologias de produção (modos de fazer), as características físicas e o próprio conceito do que é qualidade, existe a potencialidade da criação de convenções no processo produtivo. Estas convenções são os costumes e as tradições que estão conectadas às origens e aos “modos de fazer” no processo produtivo. Quando estas convenções têm força de legitimação dentro do mercado e frente às instituições formuladoras de leis e normas de produção, podem se transformar nas “regras do jogo” ou instituições que a NEI conceitua.

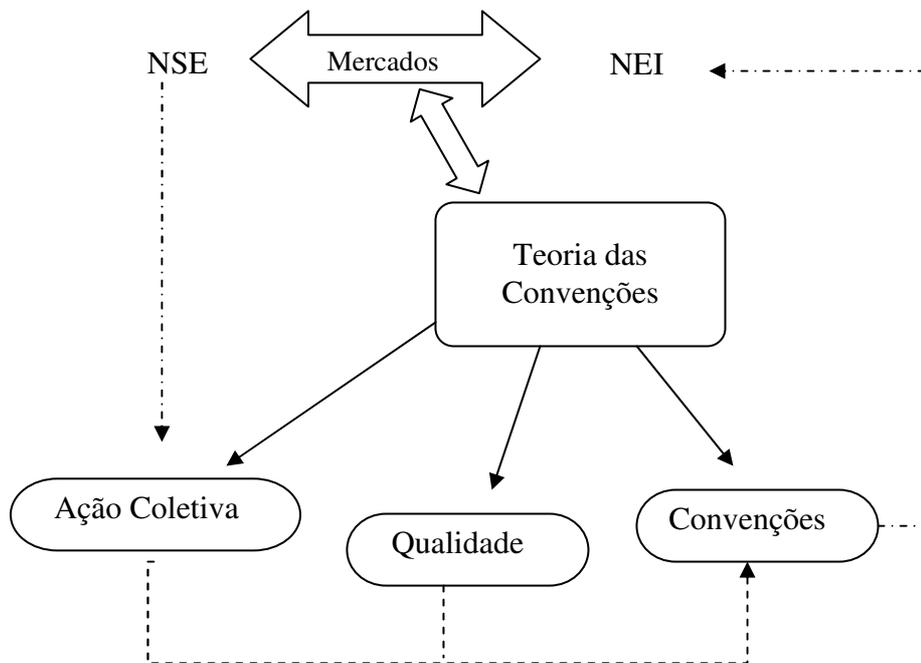


Figura 1 - Marco conceitual analítico da Teoria das Convenções para o presente estudo

Fonte: Elaborada pela autora.

Assim, existe um fechamento dos conceitos, demonstrando que as regras da NEI podem ser construídas pelos atores da NSE e são demandas que vem através das convenções, de dentro do processo produtivo, convenções estas que são conceituadas pela TC. O referencial teórico escolhido servirá de suporte para análise da realidade das agroindústrias

familiares rurais distribuídas no campo de pesquisa a ser descrito, de forma que possam ser observadas as movimentações quanto à formação das regras e normas e a sua continuidade, dentro do mercado.

4 CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO DE ESTUDO: REGIÃO METROPOLITANA DE PORTO ALEGRE/RS

Na caracterização de um campo de pesquisa é necessário que se faça uma caracterização não só geográfica, mas também socioeconômica. É importante o conhecimento das lógicas sociais e produtivas da região, assim como o acesso à renda, à educação e às condições de sobrevivência, pois este conhecimento contribui para a dinamização da formulação de políticas públicas e melhoria da qualidade de vida (GUIMARÃES; JANUZZI, 2004), e ao cabo, irá auxiliar nas proposições finais deste trabalho.

O campo de pesquisa estudado é composto por municípios integrantes da Região Metropolitana de Porto Alegre/RS (RMPA). Esta região é composta por 31 municípios (ANEXO A), área de aproximadamente 9.800 km², compreendida principalmente dentro da região do COREDE¹ Metropolitano Delta do Jacuí e COREDE Vale do Rio dos Sinos. Em 2000, a RMPA possuía população de 3.959.810 habitantes, com 480,62 hab/m², concentrando 37% da população do RS, cujo número não demonstrou grande diferença em comparação ao ano de 2010, com contagem da população de 3.957.346 habitantes (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2006). A distribuição da população é desigual, tendo área de maior concentração próxima à capital (Figura 2).

Os municípios escolhidos, Porto Alegre, Viamão, Gravataí e Glorinha fazem parte do COREDE Metropolitano Delta do Jacuí. Segundo dados da Fundação de Economia e Estatística (2007), este COREDE está em 1º lugar no *ranking* de participação do PIB (produto interno bruto) do RS, com aproximadamente 29% do valor total de 50.507 bilhões de reais, e a estrutura do valor adicionado bruto (VAB) demonstra que os setores de indústria e serviços são responsáveis por quase 95,5% do PIB, e a agropecuária contribui com apenas 0,5% (ANEXO B).

Esta pesquisa é motivada pela curiosidade de observar como se comportam e se relacionam produtores que estão dentro de um mercado bastante abrangente, com relação às questões de comercialização e contato direto com o consumidor. Inicialmente a pesquisa abrangia somente a capital Porto Alegre. Mas segundo pesquisa exploratória prévia e informal da região, feita pela pesquisadora nas feiras e mercados locais, constatou-se que a produção comercializada na capital advinha também de outros municípios vizinhos. Dessa

¹ A sigla COREDE corresponde a Conselho Regional de Desenvolvimento.

fundamental completo e 5.2% da população possui ensino superior completo (RIO GRANDE DO SUL, 2009). No RS, segundo PNAD 2004, mais de 80% dos domicílios possuem serviços de saneamento básico, tais como rede abastecedora de água e rede coletora de esgoto ou fossa séptica, iluminação pública e coleta de lixo.

Analisando dados para a RMPA, segundo dados do *Atlas Socioeconômico do RS* (2009), a renda mínima média era de 799,85 reais, equivalente a 1,4 salários mínimo regional.⁴ Especificamente os municípios que este estudo abrange, quanto à renda, Porto Alegre demonstra valores na faixa entre 800 e 1.499 reais, com renda média de 1.149,50 reais, sendo que os demais municípios tem rendimento na faixa de 600 a 800 reais. Estes valores quando comparados à média do RS, não estão tão distantes, mas quando comparados à média brasileira de 1 salário mínimo ou menos em algumas regiões, evidencia diferença relevante.

A escolaridade nesta região tende a ser mais elevada devido à forte urbanização e à presença de diversas universidades. Nos municípios de Porto Alegre e Gravataí o percentual médio da população com nível fundamental de estudo é de 48,5%, Viamão está na faixa de 35% e Glorinha de 25%. Quanto ao percentual de habitantes com nível superior completo, Porto Alegre atinge até 14,2% de indivíduos, enquanto Gravataí esta na faixa de 5% a 10%, e Viamão e Glorinha com no máximo de 5% da população com ensino superior. Neste caso, os municípios de Viamão e Glorinha, por terem uma base econômica agrícola e maior população rural, tendem a ter os níveis de escolaridade mais baixos do que municípios com base econômica industrial e de serviços, como é o caso de Porto Alegre e Gravataí.

O universo rural da RMPA conta com 58.800 estabelecimentos agropecuários (FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA, 2007), e destes, 50.300 compõem a classe enquadrada na Lei nº 11.326, que qualifica a agricultura familiar. Porto Alegre possui 207 propriedades familiares, Viamão possui 1867, Gravataí possui 541, e o município de Glorinha 1033 estabelecimentos.

De acordo com dados recentes do Censo Agropecuário de 2006, para a produção agroindustrial, os estabelecimentos da RMPA oferecem diversos produtos que sofrem algum tipo de transformação ou beneficiamento (Tabela 1), com destaque aos seguintes produtos: aguardente de cana, carvão vegetal, arroz e derivados de leite (queijo e/ou requeijão), respectivamente. Fica evidenciado que a maior parte da produção é decorrente da produção de

⁴ O valor de salário mínimo regional considerado neste trabalho foi de 571,00 reais, correspondendo também ao valor utilizado para a aplicação do formulário de coleta de dados, no que tange a renda obtida nos estabelecimentos entrevistados.

matéria-prima própria, cerca de 82% da produção total, e somente 18% utilizam matéria-prima adquirida.

O maior número de estabelecimentos, 665, dedicam-se à produção de queijo e/ou requeijão, seguidos de carvão vegetal, doces e geléias e aguardente de cana. Mas a produção de aguardente de cana, carvão vegetal, arroz e queijo e/ou requeijão geram maiores recursos financeiros, respectivamente. É importante destacar que a produção de arroz na região mesmo sendo um dos produtos que tem menor número de estabelecimentos, 29, é a segunda maior em volume de produção e terceira maior em valor da produção.

Tabela 1 - Produtos com transformação ou beneficiamento segundo Censo Agropecuário de 2006, para Região Metropolitana de Porto Alegre

Produtos	Estabelecimentos	Produção com matéria-prima		Venda (t)	Valor da produção (1 000 R\$)
		Própria (t)	Adquirida (t)		
Arroz	29	7 846	321	7 655	3 359
Fubá	54	215	263	472	176
Farinha de mandioca	18	105	*	102	75
Queijo e/ou requeijão	665	320	64	334	2 298
Manteiga	30	1	*	*	5
Aguardente de cana	152	3 965	295	4 214	5 524
Rapadura	18	30	1	24	54
Polpa de frutas	5	5	1	5	19
Doces e geléias	295	121	37	147	370
Embutidos	69	22	39	57	163
Carvão vegetal	333	7 192	3 255	10 418	4 090
Percentual Produção		82	18		

*números não disponíveis

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2006).

Um fato que não pode deixar de ser abordado é a proximidade, dos municípios estudados de um grande centro urbano e suas influências no meio rural. O processo de expansão das cidades está sob o fundamento da metropolização, que é um crescente processo sócio-econômico de concentração, tanto de população, indústria quanto de infra-estrutura e outros. Com isso, o território da cidade passa por um avanço e transformação da urbanização (KOZENIESKI; MEDEIROS, 2009).

Dessa forma, o espaço rural também sofre conseqüências, perdendo área e variadas mudanças no seu modo de produção e diversificando suas atividades. Em Porto Alegre este movimento é mais intenso a partir da década de 90, quando a população de alta renda se desloca para as áreas rurais mais próximas em busca de “tranquilidade”, segurança e melhor qualidade de vida, expandindo essas mudanças para toda região vizinha, caracterizada pela RMPA. Com esse movimento, os estabelecimentos rurais adaptam-se à realidade e aumentam o número de pontos de venda com a criação de novos micro-estabelecimentos e com a oferta de produtos que atendem ao gosto dos consumidores com um novo perfil, cuja preferência em adquirir é dada aos produtos com algum tipo de transformação, e que facilite seu consumo.

As agroindústrias familiares rurais, neste contexto, contribuem com o aumento da oferta destes produtos transformados. O surgimento de novos estabelecimentos para atender demanda consumidora é um indício das transformações do mercado pela metropolização do meio rural. A proximidade entre o comércio e o consumidor promovem modificações nas relações, e as exigências sobre a qualidade dos produtos é diretamente requerida. O sistema de compra e venda se torna mais pessoal do que o usual e as características desse mercado são modificadas para um mercado baseado no clientelismo e na “palavra” de garantia da qualidade destes produtos.

5 METODOLOGIA DE PESQUISA

A metodologia deste trabalho constituiu-se de uma pesquisa básica exploratória, que objetiva gerar conhecimentos novos úteis para o avanço da ciência, envolvendo verdades e interesses universais, e também proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito (SILVA; MENEZES, 2001). Objetiva, ao mesmo tempo, operacionalizar ou validar o aporte teórico escolhido, segundo a realidade dos produtores. A pesquisa foi realizada nas feiras e propriedades rurais da cidade de Porto Alegre e região metropolitana, que produzem alimentos agroindustrializados.

Inicialmente foi realizada pesquisa de cunho preliminar exploratório através de dados secundários em bases de dados disponíveis, levantamento bibliográfico e estatístico para caracterização da região pesquisada quanto à agropecuária. Ainda, estes dados foram utilizados para caracterização da agroindústria presente nos municípios que a pesquisa abrangeu.

O levantamento teórico foi feito através de busca bibliográfica e publicações em revistas na forma de *papers*, publicação de documentos, anuários de encontros científicos, dentre outros, utilizados tanto no corpo do trabalho, como introdução e aporte teórico, quanto na composição dos resultados e ajuda nas interpretações dos mesmos.

Pretendeu-se neste estudo realizar a pesquisa em estabelecimentos agropecuários que tenham produção agroindustrial familiar, com a venda de seus produtos em diferentes tipos de mercados: feiras, bancas nos bairros, mercados locais e venda direta na propriedade, pois era necessário o caráter de produção artesanal familiar e venda direta ao público.

Foi utilizada metodologia de caráter qualitativo, onde considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números, principalmente para as questões de resposta aberta, ou seja, questões subjetivas. Para os questionamentos de resposta fechada, ou seja, com itens a serem selecionados mediante indução do entrevistador, a metodologia foi quantitativa.

Este trabalho consistiu em um estudo de caso, na região metropolitana de Porto Alegre. O estudo de caso permite uma investigação que se preserva às características holísticas e significativas dos acontecimentos da vida real. Ainda, permite que o pesquisador se familiarize com o campo, conhecendo suas dinâmicas e códigos locais, que variam de

acordo com o objeto de investigação (YIN, 2005). Este estudo está voltado para a compreensão total e intensiva do fenômeno, permitindo, assim, vislumbrar os processos sociais em sua complexidade, de maneira que seja possível confrontar os achados da pesquisa com as teorias já existentes, possibilitando um diálogo entre ambos.

As entrevistas ocorreram nas feiras de cada um dos municípios e/ou em algumas propriedades. A amostra foi escolhida de forma aleatória, com uso de indicação por técnicos da Emater-RS, visitação às feiras dos municípios pela pesquisadora e indicação dos próprios agricultores. É importante destacar a preocupação em obter uma amostra heterogênea, composta de pequenas até grandes agroindústrias, legalizadas ou não, independente do seu tempo de funcionamento ou tipo de produtos. Dessa forma, tendo o aceite do agricultor em conceder a entrevista a agroindústria entrava para a amostra da pesquisa, ou seja, a pesquisadora não fez escolha das agroindústrias, evitando assim dados tendenciosos. O tamanho da amostra foi de quatorze agroindústrias distribuídas da seguinte forma nos municípios: Porto Alegre com quatro, Viamão com três, Gravataí com quatro e Glorinha com três estabelecimentos entrevistados.

O principal meio de coleta de dados foi através de um formulário com roteiro semi-estruturado, onde haviam perguntas pontuais e fechadas, que demandavam do entrevistado uma resposta direta, e perguntas abertas. O formulário de cada produtor foi numerado para, caso sua fala fosse citada no corpo do trabalho, não pudesse ser identificado pelos leitores. Foi aplicado o método de comunicação não disfarçado, no qual o questionário apresentou perguntas com as mesmas palavras e na mesma ordem para todos os respondentes e para que os mesmos soubessem exatamente sobre o que estavam sendo questionados (MATTAR, 2007). A intervenção da pesquisadora pôde ocorrer sempre que necessário, solicitando que determinada dimensão fosse explorada pelo entrevistado (GIL, 1999). Este momento da pesquisa compreendeu aos meses de julho a setembro de 2010.

Foram feitos pré-testes com três agricultores que trabalham em agroindústrias familiares rural em Porto Alegre, cujo objetivo foi validar o formulário de coleta de dados e verificar se todas as perguntas eram claras e completas, e também se o formulário levantava os dados que respondem aos objetivos desta pesquisa. Estas entrevistas foram descartadas ao final deste teste e não compõem os resultados.

O formulário (Apêndice A) foi desenvolvido com o intuito de englobar as questões pertinentes aos objetivos propostos nesta pesquisa juntamente com associação ao marco conceitual teórico. Assim, foi subdividido em três sessões, as quais são a caracterização do produtor, sua família e as formas de coordenação e regulação do mercado (ação coletiva), a

caracterização da produção da agroindústria e dos sistemas/tecnologias de produção (modo de fazer) e qualidade dos produtos e a caracterização das convenções que regem o mercado agroindustrial familiar (costumes, leis).

A primeira sessão faz uma caracterização produtor e sua família e também é composta por perguntas que tentam elucidar como acontecem as interações nas agroindústrias, tanto internamente, quanto com o ambiente externo (mercado, associações, cooperativas) verificando a existência de uma ação coletiva em prol de um bem comum. A segunda sessão de perguntas refere-se à caracterização da produção e do tipo de qualidade que existe nas agroindústrias estudadas e qual o conceito que os atores tem de qualidade. A terceira sessão do formulário faz uma análise de qual tipo de convenção ou instituição as agroindústrias têm seguido e se existe algum avanço para a construção da qualidade através de uma ação coletiva.

As observações feitas pela pesquisadora antes das entrevistas ou em momentos informais de conversa, assim como indagações e percepções durante as entrevistas foram registradas em diário de campo. Estas compõem o relato pessoal da pesquisadora, o seu ponto de vista, pontos de clarificação, além de conflitos. O uso de câmera fotográfica, mediante autorização dos entrevistados, registrou imagens dos locais de venda, disposição dos produtos e propriedades visitadas.

A análise dos dados coletados ocorreu por meio qualitativo e quantitativo. A análise qualitativa foi basicamente feita através da análise de conteúdo das respostas, com a descrição do que foi respondido nas entrevistas pelos produtores e suas famílias, e com algumas observações feitas pelo pesquisadora enquanto presente nas feiras, relacionando com o aporte teórico principal deste estudo. Já a análise quantitativa ocorreu com o auxílio do programa Excel Microsoft Office 2003, através do uso de ferramentas de estatística descritiva, quais sejam: média aritmética simples e frequência (em percentual) máximo e mínimo. Estas ferramentas foram utilizadas tanto para os dados secundários quanto para a análise dos dados coletados nas entrevistas. Outras ferramentas estatísticas não foram utilizadas devido ao pequeno tamanho da amostra com relação ao universo estudado. A tabulação das entrevistas foi feita em planilhas separadas de acordo com as sessões das respostas do formulário, e os gráficos e tabelas foram construídos a partir destas planilhas e dos resultados da análise estatística.

6 RESULTADOS

6.1 O PRODUTOR E A FAMÍLIA: INDICADORES SÓCIOECONÔMICOS

Antecedendo o estudo de uma comunidade, é importante conhecê-la e trilhar um arquétipo, contando com elementos correspondentes às características socioeconômicas das famílias, como renda, escolaridade e condições de vida. Estes componentes ajudam a elucidar o tipo de agricultor que trabalha com agroindústrias na região metropolitana, seu estilo de vida e relação com a vida “Rururbana”¹, e, ainda, dão suporte ao estudo no momento da formulação de proposições que auxiliem as agroindústrias.

Foram entrevistados 14 agricultores familiares, homens e mulheres, em geral responsáveis pela agroindústria. De acordo com as informações coletadas através do formulário, as famílias entrevistadas residem nas proximidades dos centros urbanos dos quatro municípios estudados, com uma média de 3 indivíduos por família compostas pelos pais e filhos. A faixa etária de maior expressividade, onde se inserem 44% dos integrantes é a faixa composta basicamente pelos pais, que ficou entre 36 e 55 anos de idade (Gráfico 1). Os filhos, tanto os mais jovens quanto os mais velhos, de 3 anos a 42 anos, vivem em sua maioria com os pais na propriedade, mas não atuam nas agroindústrias frequentemente, somente em casos de extrema necessidade como em safras e casos de doença de algum integrante.

Associado a este resultado, quando consultados sobre a continuidade das agroindústrias, as respostas demonstram que existe essa possibilidade pela dedicação dos próprios agricultores, pois somente em um dos casos, os filhos, seus sucessores, demonstram interesse na atividade e na sua continuação. Os agricultores afirmam que existem dificuldades em conseguir emprego na cidade e isso serve de incentivo aos filhos para fixarem moradia junto aos pais, e acreditam que com o início das agroindústrias uma perspectiva nova surgiu para os jovens, pois há possibilidade de maior renda no meio rural.

¹ O termo “rururbano” vem da nova denominação surgida em 1999, através do Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano e Ambiental - PDDUA (PORTO ALEGRE, 1999), que transformou a zona rural de Porto Alegre em zona “Rururbana”, que a caracteriza com predominância de patrimônio natural, propiciando atividades de lazer e turismo, uso residencial e setor primário. Este termo é facilmente aplicado para regiões cujo cotidiano sofre alterações pela urbanização do meio, no caso, a região metropolitana de Porto Alegre.

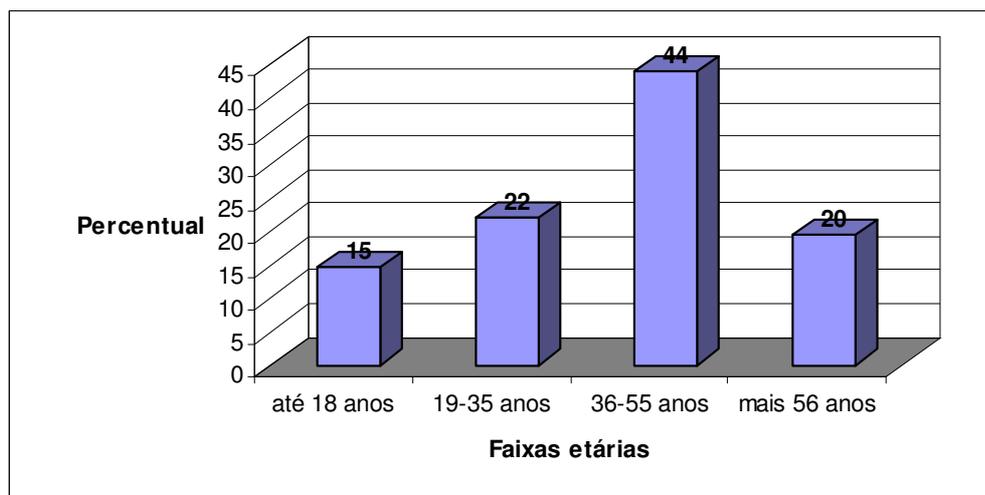


Gráfico 1 - Distribuição de faixa etária dos integrantes das famílias entrevistadas, na região Metropolitana de Porto Alegre

Fonte: Elaborado pela autora.

Outro aspecto avaliado foi o nível de escolaridade dos integrantes das famílias². Dentro da amostra, houve indivíduos de todos os níveis de educação escolar: básico, fundamental, médio e superior. Os indivíduos de nível básico foram compostos pelas crianças, representando 12% do total. Já com nível fundamental e com nível médio de escolaridade, houve um acréscimo, chegando a 32% e 44% dos integrantes, respectivamente. Quanto aos resultados do nível superior, 12% dos integrantes têm curso de nível superior completo em diversas áreas, como medicina, biologia, administração, educação física e agronomia, integrantes estes que participam parcialmente das atividades da agroindústria ou nem participam, exceto o profissional de agronomia que é o responsável por uma das agroindústrias entrevistadas (Gráfico 2).

Quando perguntada qual a ocupação dos integrantes, 78% se denominam produtores rurais, enquanto outros 22% estão distribuídos entre estudante, empresário e médico.

² O nível de escolaridade neste estudo foi considerado para cada indivíduo o último nível completo de educação.

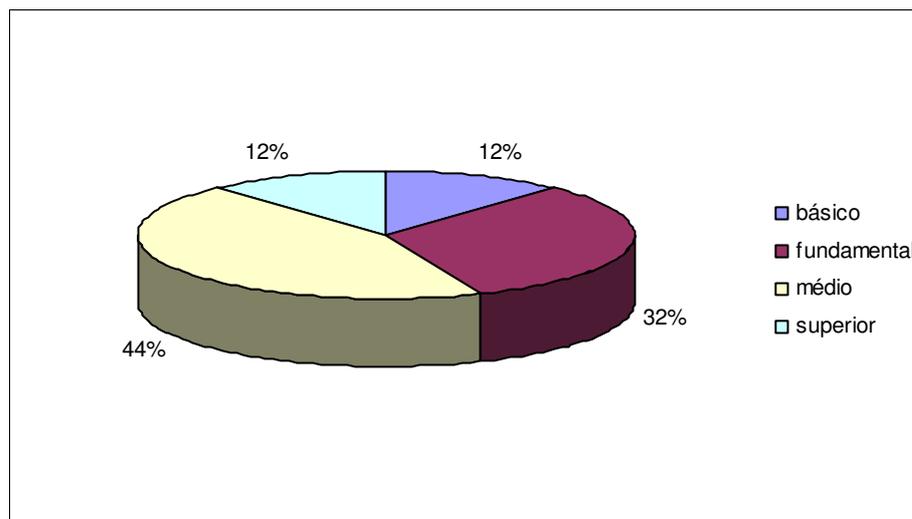


Gráfico 2 - Nível de escolaridade dos integrantes das famílias entrevistadas, na região metropolitana de Porto Alegre

Fonte: Elaborado pela autora.

Quando distribuída a escolaridade nas faixas etárias determinadas neste estudo, percebe-se que todos os indivíduos que têm ensino básico são menores de 18 anos, e todos os indivíduos que possuem ensino superior estão na faixa dos 36 a 55 anos. No nível fundamental de escolaridade 46% dos indivíduos têm mais de 56 anos e no nível de ensino médio, 61% dos indivíduos está na mesma faixa etária dos indivíduos que tem ensino superior (Tabela 2). Estes valores podem ser demonstrações de que indivíduos mais jovens têm escolaridade maior, e conseqüentemente estão se qualificando mais, considerado um ponto positivo para o desenvolvimento social local, possibilitando um aumento de oportunidades para estes indivíduos.

Tabela 2 - Distribuição de escolaridade nas faixas etárias elencadas

%	Básico	Fundamental	Médio	Superior
Até 18 anos	100	-	-	-
19 a 35 anos	-	23	28	-
36 a 55 anos	-	31	61	100
Mais de 56 anos	-	46	11	-

Fonte: Elaborada pela autora.

Foram analisados também aspectos econômicos como renda e endividamento. Os resultados com relação à renda (Gráfico 3), separados por faixas (1 a 2 salários, 3 a 4 salários, 5 a 6 salários, e mais de 6 salários mínimos³ ao mês, advindos das atividades relacionadas com a agroindústria, ou seja, renda esta que é proveniente da venda da produção agroindustrial sem incluir valores de benefícios recebidos através do governo como aposentadorias e das atividades realizadas fora da agroindústria, caracterizados pelos empregos fora da propriedade.

As aposentadorias e empregos fora da propriedade contribuem para a renda familiar, sendo que 29% das famílias contam com pelo menos um integrante recebedor de aposentadoria, e 21% das famílias contam com pelo menos um integrante assalariado. Estes dois tipos de renda não contribuem para o capital de giro das agroindústrias e nem para investimento, pois estas são auto-suficientes e têm margem de lucro satisfatória, segundo relato dos respondentes.

Os produtos que compõem a faixa de renda que obteve maior percentual, maior que 6 salários mínimos são mel, brotos de vegetais, lácteos de leite de búfala e os compotas orgânicas, os quais têm valorização maior no mercado por serem bastante peculiares e de maior valor agregado.

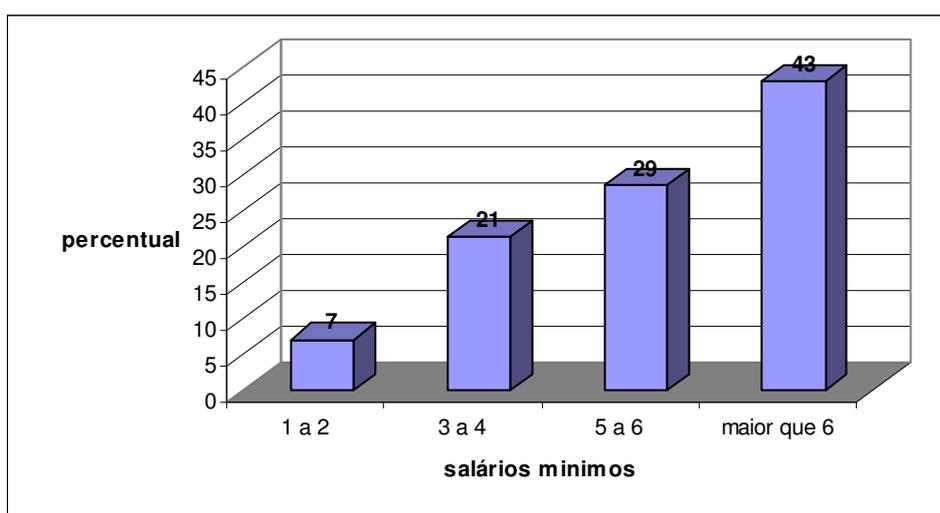


Gráfico 3 - Renda familiar aproximada das famílias entrevistadas provenientes das atividades agroindustriais

Fonte: Elaborado pela autora.

³ O valor de salário mínimo considerado é de 571,00 reais, que é equivalente ao salário mínimo regional em 2010.

O nível de endividamento foi avaliado nas proporções de ocorrência ou não. Em 71% das famílias existe endividamento através da contração de dívidas através do crédito rural, junto ao PRONAF - Programa nacional do Fortalecimento da Agricultura Familiar, tanto para custeio quanto para investimento, e em todos os casos as amortizações e os juros dos financiamentos estão sendo liquidados ano a ano, sem comprometer a renda familiar e também evitando dívidas vencidas juntos aos credores.

Os resultados ainda apontam que todas as moradias possuem saneamento básico, com distribuição de água através de caixa d'água comunitária ou, na maior parte dos casos, poço artesiano próprio. A construção das moradias em 14% das casas é de material misto (cozinha e banheiro em alvenaria), e 86% das casas são construídas totalmente em alvenaria.

Observou-se que em 50% dos casos os agricultores estão ligados ao meio rural desde seu nascimento, seguindo tradição de família quanto à produção rural, mas inovando com a produção agroindustrial. Ainda, 43% dos agricultores estão trabalhando no meio rural entre 10 a 20 anos, e afirmam que a agroindústria sempre foi o “carro chefe” dos negócios e atividade incentivadora para trabalhar no campo. Os outros 7% estão a menos de 10 anos na atividade rural, impulsionados pela vontade de melhorar a qualidade de vida e renda, e a agroindústria foi um meio de agregar valor aos produtos que eram somente elaborados para consumo próprio e sendo transformados posteriormente para venda na propriedade e nos mercados locais.

O tipo de agricultor que caracteriza os trabalhadores das agroindústrias na região tem tradição na atividade rural, permanência no campo ao longo das gerações, realizando a atividade agroindustrial para incremento da renda. Demonstram vontade de desenvolver a atividade por tempo indeterminado, revelando a continuidade das agroindústrias ao longo dos anos, aliado à renda das famílias que, em todos os casos, foi aumentada com o início da agroindústria, ficando acima da média da região em pelo menos 130%, ou seja, mais que o dobro dos rendimentos mensais médios.

A escolaridade destes agricultores também é maior do que a média da região, demonstrando que menor percentual tem nível fundamental e a maior parte dos agricultores tem nível médio de escolaridade. Isto é um dos indícios de que o meio urbano vem transformando o meio rural, pois a oportunidade de educação foi maior para estes agricultores que residem próximo aos grandes centros, ocorrendo algum tipo de oportunidade de qualificação do setor, as famílias participam e sabem da importância de deter o conhecimento no seu crescimento e desenvolvimento nas suas atividades.

6.2 A AGROINDÚSTRIA E SUAS INTERAÇÕES SOCIAIS

Com o intuito de caracterizar as interações sociais que acontecem internamente nas agroindústrias e entre os atores que fazem parte desses mercados, diversos aspectos foram avaliados, e são importantes para diagnosticar se existe ou não uma ação coletiva que move os agricultores, se existe um potencial para que redes de relacionamento sejam formadas, assim como sugere a Teoria das Convenções e a NSE.

A fim de diagnosticar se existe uma movimentação partindo dos atores, os agricultores, para uma ação coletiva em prol de um objetivo comum, dados foram coletados e a análise de seus resultados será apresentada neste item.

Em média existem três pessoas trabalhando nas agroindústrias, sendo que o menor número de pessoas foi de uma pessoa e o maior de sete pessoas. Destas pessoas, no total de 41, 83% são integrantes das famílias e os outros 17% são contratados, sendo que 57% das agroindústrias, do total de 14, têm mão-de-obra exclusivamente familiar.

Nas agroindústrias várias decisões devem ser tomadas, como tipo de produtos a serem fabricados e sua quantidade, “receitas” ou formulações dos produtos, tipo de higienização, armazenamento, modelo de embalagens, qualidade dos ingredientes, dentre outras. Na tentativa de identificar uma ação coletiva dentro das agroindústrias, observou-se que as decisões são tomadas por vários dos integrantes e não somente por um indivíduo. No caso das agroindústrias entrevistadas, 79% destas consideram a voz de cada integrante que contribui nas atividades agroindustriais, considerando que dos 21% restantes em dois casos existe um integrante da família envolvido na agroindústria, e os outros são trabalhadores temporários ou contratados.

Com o mesmo resultado acima descrito, em 79% das agroindústrias são as mulheres (“matriarcas”) quem são as responsáveis pelas agroindústrias (Gráfico 4), ou seja, pelo seu gerenciamento, mesmo tomando decisões em conjunto a agroindústria fica sob responsabilidade das mulheres e sem elas, alegam alguns dos entrevistados, as agroindústrias nem teriam iniciado suas atividades. Percebemos que existe uma certa organização dentro dos estabelecimentos, como a questão de gerenciamento, mas que não limita as relações interpessoais entre os trabalhadores, assim como organização das etapas de produção, que segundo os dados coletados, em 21% dos casos cada pessoa tem sua tarefa pré-estabelecida e somente esta executa, entretanto em 79% dos casos todos os trabalhadores podem atuar em todas as etapas do processo.

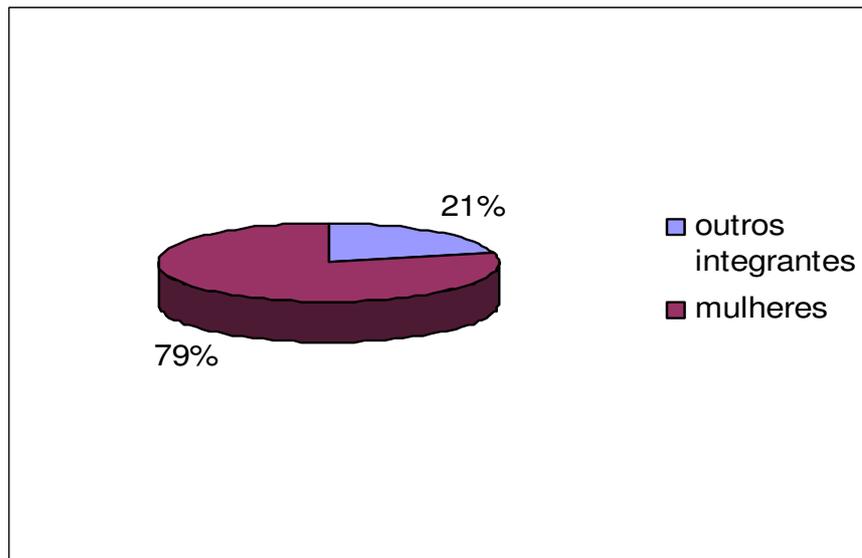


Gráfico 4 - Percentual equivalente aos membros da agroindústria que têm responsabilidade administrativa

* Outros integrantes são referentes a todas as outras pessoas que trabalham nas agroindústrias, sejam estes homens ou mulheres.

Fonte: Elaborado pela autora.

Ainda com o intuito de avaliar a ação coletiva dentro das agroindústrias a partir das interações entre os indivíduos que dela participam, foram feitos questionamentos sobre como funcionam a lógica da comercialização e a participação dos integrantes nas vendas. Nas agroindústrias entrevistadas, todos os vendedores participam de alguma etapa da produção e conhecem o processo produtivo, sendo de suma importância, pois nas vendas as perguntas que são feitas pelos clientes sobre como foi confeccionado o produto e a qualidade do mesmo é sanada por uma pessoa que realmente participou da produção. Muitos produtores relataram que no momento da venda os clientes querem conversar e ver no rosto do produtor e através de seus gestos como foi confeccionado o produto (Figura 3), sendo uma relação mais pessoal do que simplesmente compra e venda, e esse detalhe faz toda diferença na quantidade de produtos que são vendidos, na presença de uma pessoa que sabe explicar como foi feito e na ausência dessa explicação sobre a produção. Este relato demonstra que é possível realizar a relação com a TC no momento em que a qualidade do produto está sendo atestada com base no conhecimento e confiança interpessoal.



Figura 3 - Produtora de compotas e conservas explicando como são feitos os produtos aos consumidores

Fonte: Fotografia da autora (Gravataí, agosto/2010).

A maior parte das entrevistas foi feita no local de comercialização, nas feiras, onde 93% das famílias comercializam seus produtos, mas também comercializam em mercados locais, lojas, restaurantes e Mercado Público de Porto Alegre. Destes, 53% comercializam tanto em mercados locais quanto nas feiras e, 36% comercializam em outros locais, como no Mercado Público, lojas especializadas, diretamente aos vizinhos da comunidade, restaurantes da região, loja própria, aliados a outra modalidade como feira e mercado local (Gráfico 5). Ainda 21% do total das agroindústrias comercializam também nas propriedades, com venda direta e sob encomenda. Alguns produtores relataram que os clientes fazem encomendas que são entregues já na estrada à caminho das feiras, e ao fim do dia de vendas as bancas ficam vazias e existe certa disputa pelos últimos itens. Em muitos casos os clientes encomendam de uma semana para a outra, de feira a feira, e pagam adiantado, visando garantir o acesso aos produtos.

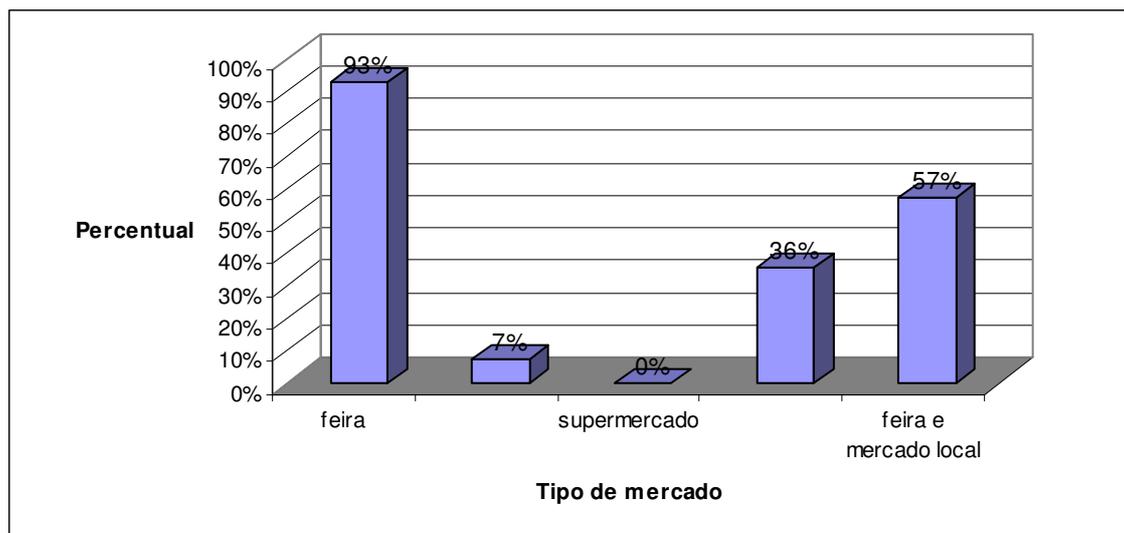


Gráfico 5 - Tipos de mercados para comercialização dos produtos agroindustrializados

Fonte: Elaborado pela autora.

Em todos os casos, quando existem encontros dos atores, ocorrem entre pessoas da associação a qual a família está ligada ou os colegas feirantes, e os laços de amizade são os que propiciam esta aproximação. Em alguns casos, os produtores reúnem-se com os seus clientes. Nesses encontros sempre acontecem trocas de experiências, informação sobre o cenário do mercado, troca de “receitas”, notícias sobre produtos novos, dentre outros acontecimentos os quais ilustram as interações entre os agricultores não só dentro das agroindústrias com seus familiares e funcionários, mas também com colegas de trabalho e clientes, num caminho de construção social do mercado em questão e não somente um reforço comercial com a relação de compra e venda.

Com relação aos clientes, sem exceção, todos os produtores declararam que têm clientes assíduos, que já conhecem o produtor e alguns têm até uma relação de amizade forte, e em todos os casos já tiveram situações de troca informações e receitas dos produtos, muitas vezes adotadas pelos produtores. Os clientes conhecem os produtos de sua preferência, notam se alguma modificação foi adotada e fazem sugestões sempre que acham pertinentes.

Algumas das agroindústrias entrevistadas fazem parte dos Caminhos Rurais de Porto Alegre⁴, e os produtores alegam que a visitação das propriedades ajuda muito na divulgação e

⁴ O Caminhos Rurais de Porto Alegre é uma rota turística criada em 1999 por alunos do Curso Superior de Turismo da PUCRS em conjunto com a Prefeitura Municipal, cujo objetivo foi criar um rota turística rural que gerasse renda alternativa para as propriedades da zona rural e também como alternativa da manutenção da área rural produtiva e também de conservação dos espaços naturais. O projeto está em realização, e no presente momento conta com o apoio da POA RURAL - Associação Porto Alegre Rural, e SMTUR – Secretaria

no aumento das vendas, pois muitos dos visitantes voltam para comprar os produtos na feira localizada no centro da cidade. Segundo relato de um produtor, nas feiras os clientes precisam ver o produtor e conversar com o produtor. O aspecto visual do produto é mais importante nas lojas, onde o produtor não pode estar explicando e garantindo a qualidade do que produz. Isso indica que os selos de certificação substituem a sua presença. Quando o produtor está presente, não importa, o consumidor quer conversar e analisar por seu próprio entendimento.

Ainda, os produtores alegam que não recebem mais visitas por que não tem tempo, e nos casos de agroindústrias com entrada mais controlada, como os de produtos do tipo lácteos, é muito trabalhosa a visita, pois existem diversos procedimentos de desinfecção e de cuidados que devem ser tomados, além de parar a produção, pois os trabalhadores são os próprios produtores que recebem os visitantes.

Em observação direta nas feiras, enquanto ocorria a venda dos produtos, constatou-se que os clientes não só compram os produtos, mas conversam sobre variados assuntos, conhecem os produtores e os integrantes da agroindústria. Os produtores atendem ao mesmo passo em que é requerida a sua atenção, conversando sobre os mais variados temas, até mesmo assuntos de cunho pessoal, e explicando aos novos clientes a composição de seus produtos, firmando assim, através da palavra, um laço de confiança entre produtor e comprador. A confiança firmada através da palavra é explicada tanto pela TC, quanto pela NSE, onde a construção dos mercados e a construção da confiança entre os indivíduos são consolidadas através das suas relações tanto comerciais quanto pessoais, e onde o conhecimento pessoal, ao longo do tempo, reforça sua credibilidade como bom vendedor e a credibilidade da qualidade dos produtos.

Ainda, com o intuito de observar uma ação coletiva entre os atores, como supõe a NSE com a idéia de redes e força de laços fracos, um olhar quanto ao associativismo deve ser direcionado, pois nos arranjos associativos, o capital social, que é a densidade de confiança existente entre os indivíduos no interior de um determinado grupo, está relacionado com a facilidade ou a dificuldade com que os componentes desse grupo trabalham em conjunto, e alcançam seus objetivos (PALDAM; SVELDSEN, 2000). Por estarem associados uns aos outros, trabalham a favor de um bem que será comum a todos. A TC determina que quando existe um esforço de um grupo para aquisição de um bem comum, existe uma ação coletiva voltada para o bem grupal.

Sendo assim, analisando as agroindústrias entrevistadas, dos 14 estabelecimentos, 57% fazem parte de algum tipo de associação, seja pelo tipo de produção (agroecológica), ou por localidade (Figura 4). O associativismo, segundo os produtores, traz uma série de vantagens, como aumento de benefícios, troca de experiências, diminuição de custos com insumos e aumento da amplitude da comercialização dos produtos. Observou-se que as famílias mais engajadas, que estão com uma agroindústria mais consolidada também são aquelas que foram as fundadoras das associações, ou seja, os produtores que mais se destacam com agroindústrias bem organizadas nas associações, têm uma história de dedicação e liderança nas reivindicações.

Ainda, mesmo que não associados, todos os produtores afirmaram que realizam feiras de divulgação de seus produtos, seja em feiras na região, feiras promovidas pelo governo como Expointer⁵, ou feiras que promovem produtos agroecológicos, e reforçam a vontade, em alguns casos, de associarem-se a outros produtores. Isso, pois o associativismo na visão deles facilita no momento das reivindicações e na organização da comunidade em razão de um bem comum, conseguindo mais recursos, acesso às informações e poder de barganha com as prefeituras.



Figura 4 - Famílias associadas utilizam faixas com identificação da família e da associação

Fonte: Fotografia da autora (Porto Alegre, setembro/2010).

⁵ A Expointer é a Exposição Estadual do Rio Grande do Sul, originalmente com exposição de animais, produtos agrícolas e industriais, e já está na sua 33ª Edição em 2010. É realizada anualmente no Parque de Exposições Assis Brasil, em Esteio/RS. Recentemente a agricultura familiar foi contemplada com um pavilhão específico para exposição de sua produção e comercialização dos mesmos (RIO GRANDE DO SUL, 2010a).

A fim de perceber quais as maiores dificuldades que os produtores enfrentam ao produzir na região metropolitana, observou-se que em 86% dos casos a pressão imobiliária para venda das terras, falta de terras disponíveis, limitação de área, dificuldade de investimento em estrutura por falta de recursos foram mencionados, isso aliado às outras possibilidades de respostas sugeridas na pergunta. Dificuldade em conseguir matéria-prima de qualidade que atenda a demanda, abigeato nas propriedades pela proximidade da cidade e falta de trabalhadores rurais também foram mencionados em 43% dos casos, cada um (Gráfico 6). No caso de investimentos, existe a dificuldade em ampliar a produção por falta de estrutura, por não poder aumentar o tamanho das agroindústrias, suprindo a demanda de produtos e atingindo novos mercados, pois é necessário o investimento nos selos de certificação para cada município, e isso demanda custos com burocracias e muitas taxas.

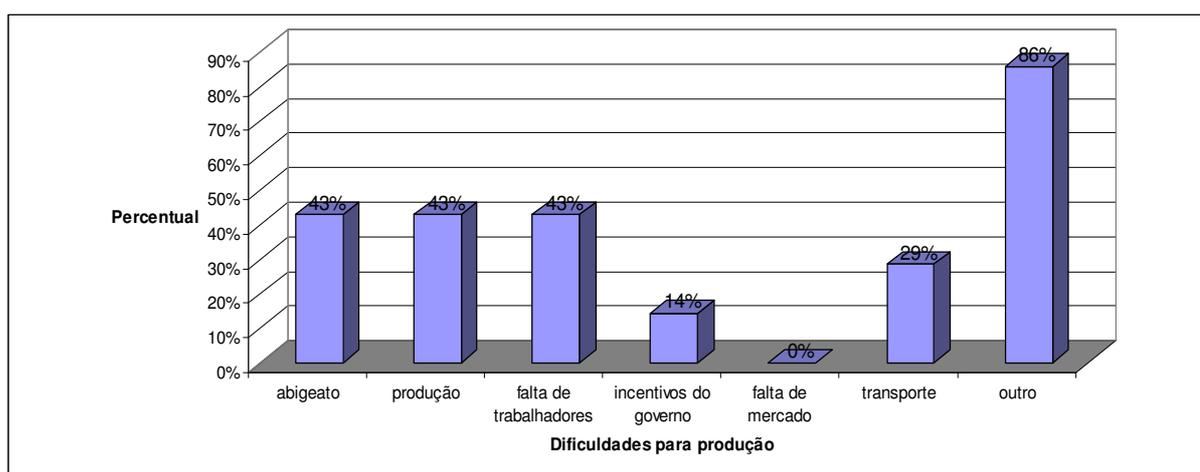


Gráfico 6 - Dificuldades enfrentadas pelas agroindústrias na produção na região metropolitana de Porto Alegre

Fonte: Elaborado pela autora.

Para todos estes casos de dificuldades apresentados, todos os agricultores responderam que não existe apoio governamental realmente efetivo, e o governo apóia quando várias instituições estão envolvidas e existe um número maior de pessoas reunidas, como no caso do turismo rural e do selo solidário que está acontecendo na APEL – Associação de Produtores

Ecológicos do Lami, junto com EMATER/RS - ASCAR⁶, ICTA – instituto de Ciência e Tecnologia de Alimentos da UFRGS, MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, e o estado do RS. Neste caso, mais uma vez é demonstrada que a união e a ação coletiva podem trazer benefícios para a comunidade, e que já existe uma movimentação na região metropolitana para que mudanças consideráveis na certificação da produção, sejam incorporadas e aprovadas pela prefeitura, como é o caso do selo solidário, que será abordado adiante.

6.3 A CARACTERIZAÇÃO DAS AGROINDÚSTRIAS: PRODUÇÃO, MODOS DE FAZER E QUALIDADE

A TC avança analiticamente quanto à NSE e à NEI na atenção maior dada à construção de regras para os mercados através da ação coletiva. As regras que tratamos nesse trabalho são as que são formuladas para os processos que envolvem o sistema agroalimentar, mais especificamente com relação à qualidade da produção da agroindústria familiar rural. A fim de caracterizar as agroindústrias e seus produtos, os tipos de processos de produção (modos de fazer) e a qualidade ampla desses produtos, uma série de informações foi coletada, correspondente à segunda sessão de perguntas do formulário de coleta de dados.

As agroindústrias entrevistadas têm em média 11 anos de funcionamento, a mais antiga tem 15 anos e a mais nova tem 1 ano do seu início, mas todos os entrevistados afirmaram que o retorno financeiro tem sido bastante satisfatório, representando, segundo os agricultores, na maioria dos casos, a maior renda do orçamento familiar, e tem passado de atividade complementar e de uso de excedentes de produção para o “carro chefe”, sendo priorizada à produção *in natura*. Ao serem questionados quanto à razão da existência das agroindústrias nas propriedades os agricultores afirmaram que o aumento de renda é sempre o fator iniciador, pois agrega valor aos produtos e conseqüentemente aumenta a valorização do trabalho de cada um, mas também por serem consumidores de seus próprios produtos, posteriormente alegam que a qualidade de vida é considerada, pois sabem a procedência destes alimentos.

⁶ A EMATER/RS - ASCAR é o órgão de assistência técnica do Estado do RS, cuja missão é promover ações de assistência técnica e social, de extensão rural, classificação e certificação, cooperando no desenvolvimento rural sustentável (RIO GRANDE DO SUL, 2010b).

No caso dos produtos que seguem modo de produção ecológico ou agroecológico existe também uma grande preocupação com a qualidade de vida e qualidade dos alimentos, pois além destes produtos serem comercializados, fazem parte da alimentação da família. O fato de existir uma preocupação com a qualidade dos produtos e com a valorização do trabalho de cada um, demonstra que naturalmente o conceito de qualidade ampla é utilizado por estes atores, ao considerarem tanto a qualidade ótima quanto social destes produtos.

Em muitos casos os produtores revelaram que a produção não consegue suprir toda sua demanda, pois faltam tempo e mais pessoas para trabalhar na agroindústria, visto que a família tem mais a produção no campo para administrar. Ainda, a estocagem dos produtos é dificultada por não possuírem espaço disponível e adequado para tal e também a produção *in natura* é insuficiente, necessitando muitas vezes adquirir a matéria-prima de outros produtores.

A diversidade de produtos é bastante grande, desde produtos de origem vegetal, até produtos de origem animal: pães, biscoitos, cucas, roscas, pães com matéria-prima de origem orgânica, compotas doces, pastas, conservas, iogurtes, queijos, derivados lácteos em geral e brotos de feijão, alfafa, linhaça, dentre outros. Os insumos utilizados para confecção destes produtos são produzidos dentro das propriedades, e também são comprados de outros produtores. Frequentemente acontece o sistema de troca-troca de insumos e produtos entre produtores conhecidos, diminuindo bastante os custos, e determinando a certeza da procedência e da qualidade de cada insumo ou produto consumido. Os insumos que mais são comprados e/ou trocados são o açúcar, o óleo, o sal, o vinagre, farináceos, e o leite, e nenhum dos produtores utiliza algum tipo de espessante, aromatizante ou conservante.

O processamento dos produtos em agroindústrias familiares rurais pode ser feito em diversos locais dentro da propriedade, aspecto este que é considerado um quesito importante na regulamentação pertinente à qualidade sanitária, tanto na questão do local da agroindústria, quanto o tipo de construção e suas dimensões, ou seja, a qualidade das instalações. No caso das agroindústrias entrevistadas, 79% destas têm seu funcionamento em local separado da residência da família, construído especialmente para a atividade, 14% das agroindústrias funcionam em uma cozinha separada, mas dentro da residência da família, e 7% processam os produtos na cozinha da residência (Gráfico 7 e Figura 5).

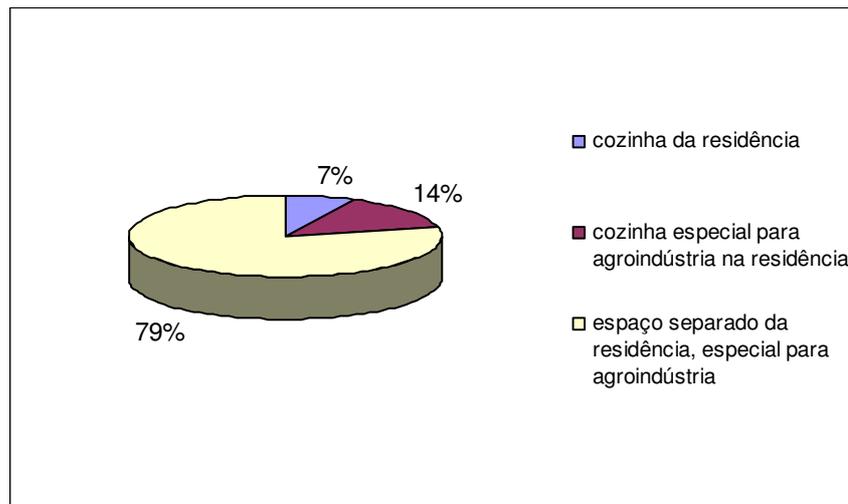


Gráfico 7 - Local de processamento dos produtos nas propriedades

Fonte: Elaborado pela autora.

Os locais onde estão instaladas as agroindústrias em 29% dos casos não sofreram modificações ao longo dos anos, sendo que em 50 % destes casos as agroindústrias já foram construídas de acordo com as normas legais e não necessitaram de mudanças até então. No caso dos 71% que passaram por modificações, o processamento acontecia na cozinha da residência e após mudaram de local, ou então, as agroindústrias foram sofrendo reformas e adaptações para tentar adequar-se às normas legais.



Figura 5 - Estruturas físicas das agroindústrias no município de Gravataí. Estrutura anexa à residência, especial para a agroindústria (à direita) e estrutura em módulo separado da residência (à esquerda)

Fonte: Fotografias da autora (Gravataí, agosto/2010).

Outro aspecto importante a considerar quanto à qualidade sanitária é o comportamento de limpeza e sanitização dos ambientes onde os produtos são confeccionados. Essas características não são somente importantes para conformação à norma legal, mas também ao cumprimento das boas práticas no processo de produção, segundo Portaria 1.428/MS da Anvisa (AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA, 1993). Existe a etapa de desinfecção em 93% das agroindústrias entrevistadas, utilizando água misturada com detergente, hipoclorito comercial, álcool comercial 96° em todo o local de produção, e o caso onde não existe esta etapa (7%) é na agroindústria que tem seu funcionamento na cozinha da residência, não sendo separado agroindústria e cozinha da família.

A utilização das vestimentas ou “trajes especiais” para proteção fazem parte das boas práticas para produção de alimentos, e são usados pelos agricultores nas suas agroindústrias, desde a vestimenta completa (touca, luvas, máscara, jaleco fechado com elásticos nas extremidades e botas) até de somente alguns itens (Gráfico 8). Em 36% das agroindústrias os trabalhadores utilizam a vestimenta completa, a touca e o jaleco são usados em 43% das agroindústrias, e em 14% dos casos touca, jaleco e sapato especial (que é somente utilizado dentro da agroindústria). A agroindústria que não faz uso de vestimentas de proteção é o mesmo caso anteriormente citado. Em algumas agroindústrias, 21%, os integrantes utilizam proteção mesmo nas feiras, como jaleco e/ou avental (Figura 6).

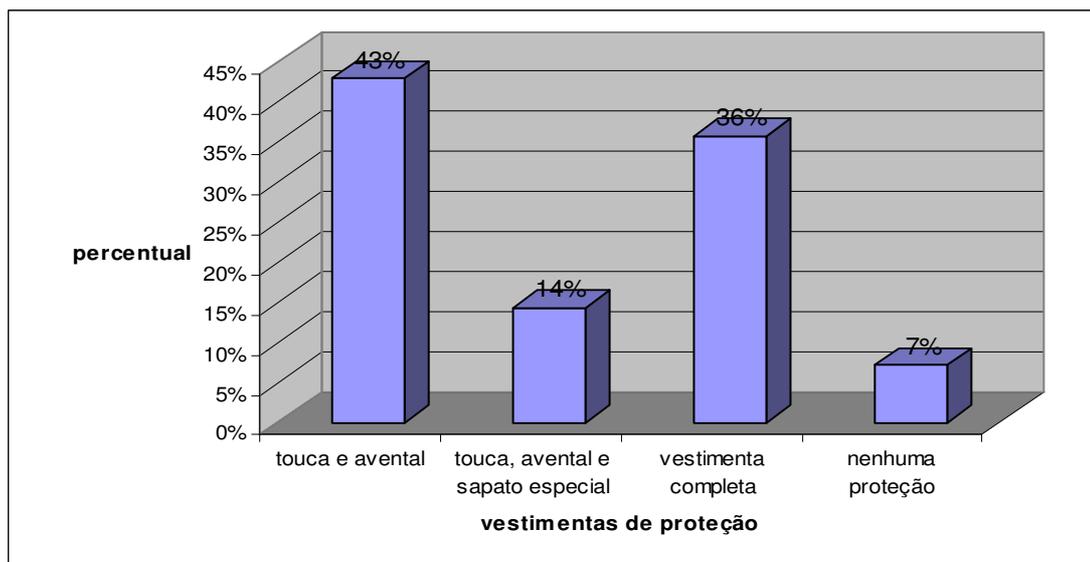


Gráfico 8 - Utilização de vestimentas de proteção para produção de alimentos nas agroindústrias.

Fonte: Elaborado pela autora.

Nas agroindústrias os produtos ficam estocados por pouco tempo (29%) ou não ficam estocados (71%). Dos 29% dos produtores que responderam ter tempo de estocagem de produtos, 75% estocam por no máximo um ano devido a safra de produção da matéria-prima, mas é bastante incomum restar produtos, pois normalmente faltam para venda por não conseguirem atender a demanda. O que não é estocado é produzido no mesmo dia da comercialização ou na mesma semana, de acordo com a demanda ou com a capacidade de produção das agroindústrias, e que devem ser consumidos frescos. Estes produtos têm a característica de uma validade de menor tempo, como brotos, produtos a base de farinha (pães,ucas, bolos), e produtos lácteos.

Os produtores ao serem questionados quanto à apresentação de seus produtos, como embalagens, informações dos produtos (marca e rótulo) afirmam que estes itens têm custo elevado dentro da produção, mas que na conquista de novos clientes em mercados locais, onde não estão presentes, ajudam a aumentar as vendas. Esta afirmação foi sustentada com base na explicação dada por eles próprios, e muito bem elucidada por um produtor:

Quando o consumidor conversa com o produtor, pergunta e tem esse contato direto leva o produto, pois acaba acreditando no que o produtor diz, mas quando os produtos estão nas prateleiras dos mercados ou o consumidor é novo, nunca experimentou o produto, a aparência ajuda a dar maior credibilidade, a convencer a levar para casa, e depois, como nosso produto é feito com toda dedicação e tem qualidade, ele volta e passa a ser freguês (Produtor 7, Viamão).



Figura 6 - Integrantes das agroindústrias utilizando as vestimentas de proteção no momento da vendas, nas feiras

Fonte: Fotografia da autora (Gravataí, agosto e Porto Alegre, setembro/2010).

Mas mesmo com essa constatação, os produtores empenham-se em sempre melhorar seus produtos, e 50% das agroindústrias já têm rótulo com informações completas (marca, informações nutricionais, validade, peso, selo e/ou inscrição municipal e/ou estadual e/ou inscrição na vigilância sanitária). Outras agroindústrias, 29% do total, têm somente o nome do agricultor no rótulo, e 14% possuem uma marca própria para seus produtos, como o nome da propriedade ou nome especial elaborado pela família para tal fim. Um único produtor, 7%, não possui indicação de nome ou outras informações em rótulo nas embalagens, apesar de ser bem estruturado e já estar na atividade há bastante tempo, pois alega que este investimento não se tornou necessário para os seus clientes (Gráfico 9 e Figura 7).

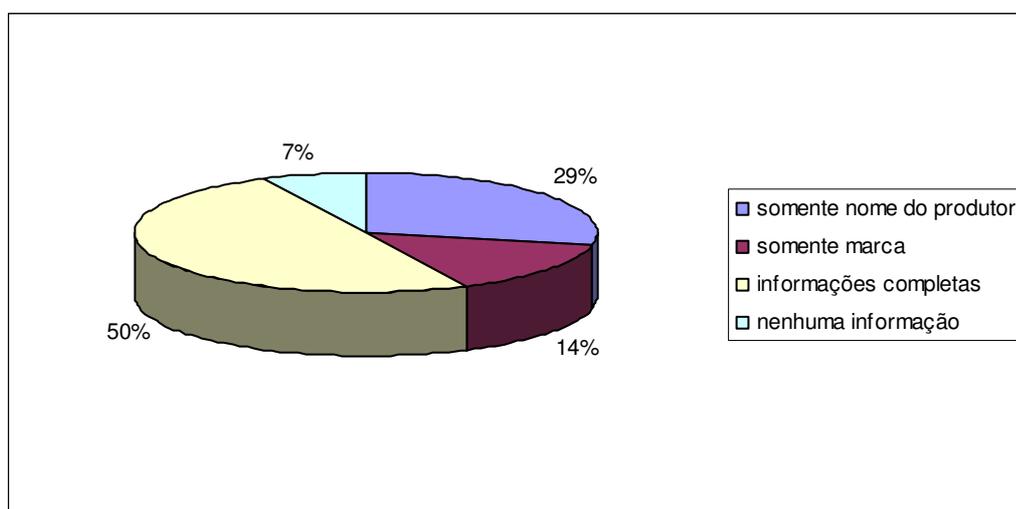


Gráfico 9 - Informações pertinentes à qualidade dos produtos nos rótulos das embalagens

Fonte: Elaborado pela autora.

O conceito da palavra artesanal traz consigo a caracterização de um produto que tem tradição no seu processo de produção (MARIOT, 2002; MIOR, 2007; PREZOTTO 2002), um produto que resgata valores sociais e principalmente culturais das famílias. Neste sentido, as formulações utilizadas em cada agroindústria tornam-se a operacionalização dos modos de fazer que trazem esse resgate histórico-cultural de cada família, e identificam seus produtos como produtos coloniais⁷. Concordando com os autores acima citados, ao questionar os agricultores quanto à origem das receitas utilizadas na fabricação dos produtos, 57% responderam que foram mantidas através de gerações nas famílias, 43% afirmaram que

⁷ O conceito de produto colonial foi anteriormente explorado neste trabalho (item 2.1, pg. 13-14).

foram formuladas por eles próprios, 29% responderam que instituições de apoio, como EMATER/RS-ASCAR, SENAR⁸, e as associações das quais participam, através de cursos e reuniões disponibilizaram algumas das receitas utilizadas no processo de produção, 14% dos entrevistados adquiriram através de pesquisa em livros e na internet, e 7% responderam que as receitas foram trazidas por amigos e colegas de feira (Gráfico 10). Estes valores são cumulativos, pois cada agroindústria demonstrou ter diversas origens das suas “receitas”.



Figura 7 - Tipos de rótulos dos produtos e embalagens utilizadas nas agroindústrias familiares rurais da RMPA

Fonte: Fotografias da autora (agosto e setembro/ 2010).

De todos os entrevistados é interessante observar que 93% destes responderam que ao menos um integrante da agroindústria já participou de algum tipo de curso, quais sejam: receitas de produtos novos, boas práticas no processo de produção, conhecimento do mercado de vendas, ou tipo de consumidor que se quer alcançar.

⁸ O SENAR é o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, criado pela Lei 8.315 de 23 de dezembro de 1991, cuja missão é desenvolver ações de Formação Profissional Rural e atividades de Promoção Social voltadas para o "Homem Rural", contribuindo com sua profissionalização, integração na sociedade, melhoria da qualidade de vida e pleno exercício da cidadania. Disponível em: <http://www.senar.org.br/senar>.

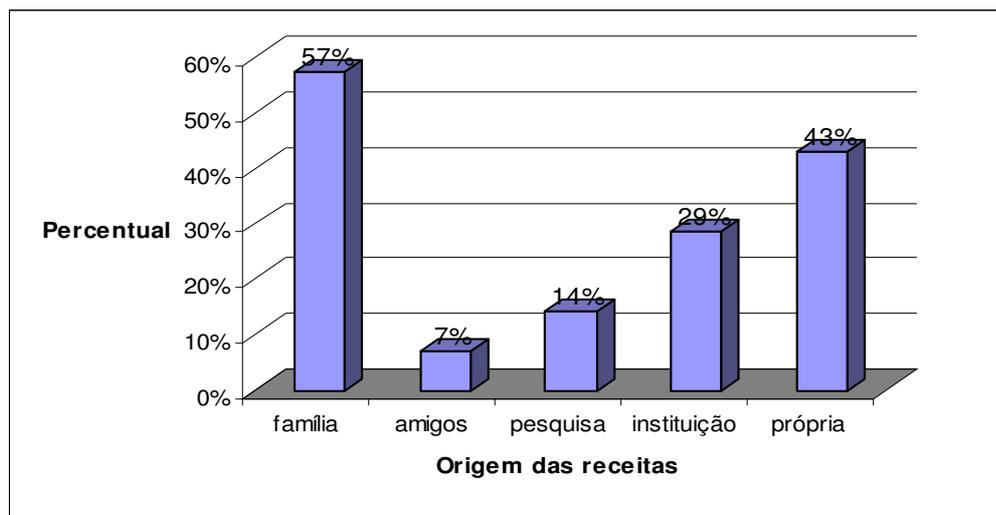


Gráfico 10 - Origem das receitas utilizadas na fabricação dos produtos das agroindústrias familiares rurais

Nota: Existe sobreposição de respostas, pois as receitas utilizadas nas agroindústrias têm origens variadas. As respostas podem ser somadas.

Fonte: Elaborado pela autora.

Existe ainda um sistema de trocas de receitas, em 50% dos casos, quando os produtores reúnem-se para confraternizar ou mesmo para realizar cursos de qualificação. Nestes casos, todas as receitas que são trocadas passam por um processo de aceitação do produto final, por quem forneceu a receita, seja através de prova ou mesmo levando o produto para a confraternização, e estes agricultores fazem uma espécie de treinamento uns aos outros, pois afirmam que uma receita bem elaborada e executada é a propaganda dos produtos, e se esta não é bem executada, seus produtos podem ficar “manchados” com relação a sua qualidade.

Quando questionados sobre treinamentos para que essas receitas sejam bem executadas, os produtores afirmaram que quando existe uma comunidade que é unida, que quer crescer junto e ser solidária, e por ter um sentimento de preocupação uns com os outros, existe a organização de cursos dentro da comunidade para que cada um traga uma contribuição, seja uma receita, um novo ingrediente, uma nova forma de produzir. Estes eventos podem acontecer de acordo com o interesse de cada um e também com a presença de integrantes de comunidades vizinhas. Os agricultores entrevistados alegam que quando conhecem o processo de produção uns dos outros através de visitas às propriedades, ou

mesmo nas conversas nas feiras e nos eventos de treinamento, aumentam a confiança por terem mais “intimidade”.

É interessante salientar que a palavra confiança, cuja noção que embasa este estudo é advinda da NSE somada às complementações da TC, foi mencionada pelos entrevistados sem que a pesquisadora a pronunciasse. Isso demonstra que este conceito faz parte da avaliação desses atores para qualificar a qualidade da produção, ou seja, utilizam de aspectos interpessoais para avaliar a qualidade da produção dos outros produtores, concordando com a conceituação de qualidade ampla de um produto, e com a noção de *embeddedness* da NSE.

Contudo, quando questionados sobre a qualidade similar dos produtos dos colegas, 29% dos produtores afirmaram que não confiam na qualidade dos produtos de outros produtores, e destes, 25% passaram por algum tipo de situação como receber reclamações de clientes de produtos de outros feirantes, ou mesmo consumir e atestar a má qualidade da produção alheia, e 75% são produtores que trabalham com mel. Os produtores de mel afirmam que “não colocam a mão no fogo” pela produção de ninguém, pois acontece muito a comercialização do mel “batizado”, que é o mel em mistura com outros produtos (glicose de milho, calda de açúcar refinado ou de açúcar mascavo). Granovetter (1992) afirma que o excesso de confiança pode também ser utilizado a favor da assimetria de informações entre os atores, caracterizando ação de “má fé” uns com os outros, favorecendo o bem estar individual.

No relato dos agricultores, dentro das trajetórias nas feiras, muitos dos concorrentes, outras famílias que tinham agroindústrias, finalizaram sua atividades de vendas nas feiras, pois não tinham um produto sempre de qualidade similar e num padrão aceitável para os clientes. Estes produtores com o tempo perderam sua clientela e tiveram que retirar seu espaço das feiras, pois produziam e não vendiam. Muitos produtores asseguraram que o indivíduo que vende produtos de boa qualidade e usa das boas práticas consegue se estabelecer nas feiras e na agroindústria, prosperando e alcançando os lucros desejados. Nesta situação claramente observamos o reconhecimento mútuo que a TC explica ser baseada também no senso de moral e como consequência do acordo entre os agentes do sistema.

Ainda, 93% dos agricultores afirmam que tudo na produção deve ser feito com dedicação e de forma similar, e afastam-se de outros produtores que não têm dedicação, criticando-os fortemente, pois essa ação pode “manchar” a reputação do produto colonial e prejudicar a todos. É importante mencionar que os 7% restantes corresponde a um produtor, que justificou sua resposta dizendo que não se importa com a agroindústria, pois somente

utiliza os excedentes de produção, então não tem uma produção contínua para oferecer, e este é o mesmo produtor anteriormente citado.

Os produtores afirmam que os consumidores percebem as diferenças quando um produto possui alguma característica mudada, e, neste caso, tentam sempre manter a qualidade. As principais características das quais os consumidores observam as mudanças, segundo a percepção dos agricultores, reclamando e questionando a razão são o sabor e o formato dos produtos. Todos os produtores entrevistados afirmaram que os clientes têm esse conhecimento sobre a qualidade dos seus produtos por serem bastante assíduos, que mesmo com bastante informação sobre boas práticas e qualidade de alimentos, eles confiam na qualidade dos produtos e na “palavra” do agricultor, pois a convivência e o estreitamento de laços entre produtor e consumidor contribuem para tal situação, e ainda fazem um trabalho de divulgação, através da indicação dos produtos a outros consumidores.

É clara a contribuição da NSE quando comparados aos resultados acima demonstrados, pois o conceito da força de laços fracos elucidada a importância da atuação dos mais diversos atores nas redes, sejam estes consumidores na divulgação dos produtos, ou sejam estes os produtores agindo na verificação da qualidade dos produtos de toda a rede. Com esta visão, podemos observar que o mercado é construído pelos próprios atores, e que estes mesmos delimitam as bases para participação ou não do mercado e quais as regras que desse mercado devem ser seguidas para permanecerem engajados.

Com o intuito de conhecer qual a noção de qualidade que os produtores têm sobre os produtos das agroindústrias, foram questionados sobre o conceito de produto de qualidade. As respostas dos agricultores foram dadas de formas diversas, mas dentro das definições para um produto de qualidade, duas características repetiram-se em todas as respostas, quais sejam: um produto feito de modo caseiro ou artesanal e produto feito com dedicação. Dessa forma, observa-se que na visão dos agricultores o modo de fazer tradicional, enraizado culturalmente e historicamente, e associado à dedicação e ao esforço pessoal, determinam a qualidade dos produtos das agroindústrias familiares rurais.

Ainda, alguns produtores, em especial os produtores ecológicos e orgânicos, deram definições que adentram os conceitos de agroecologia, demonstrando que detêm conhecimento mais aprofundado: “produto de qualidade é aquele feito sempre da mesma forma, caseiro, em que se pode confiar, livre de resíduos, com matéria-prima de qualidade e feito com muita dedicação” (Produtora 6, Porto Alegre), “é o produto que atende ao tripé de sustentação: bom, limpo e justo” (Produtora 1, Porto Alegre).

6.4 AS CONVENÇÕES E AS REGRAS NAS AGROINDÚSTRIAS

As convenções, como já explorado neste estudo, são as regras que coordenam os processos, segundo a NEI são as “regras do jogo”, as normas que devem ser seguidas pelos atores, mas com a contribuição da TC, essas regras e normas vêm de uma demanda interna, com o objetivo de alcançar um bem que irá beneficiar todos os “jogadores”, ou atores, e no caso do sistema agroalimentar e deste trabalho, toda a comunidade rural. Na investigação para identificar indícios de que, nas agroindústrias entrevistadas da RMPA, existem convenções que são seguidas pelos agricultores, diversas informações foram coletadas e serão descritas e discutidas a seguir.

A TC indica que mesmo tendo uma legislação que regula este sistema, quando existem convenções acordadas entre os atores, as ações serão coordenadas utilizando-as, pois são demandas que vieram de dentro do processo, e aos poucos foram sendo absorvidas e exercidas de forma que são mais fortes do que a própria legislação, perante os atores. Como os agricultores familiares não têm, na sua grande maioria, poder aquisitivo para investir em estrutura e adequar-se à legislação, seguem os seus costumes no momento da confecção dos produtos dentro das suas condições.

Ao questionar os agricultores sobre quais seriam os reflexos na qualidade dos produtos das agroindústrias familiares produzidos por eles se tivessem que mudar a forma de produzir, tanto em estrutura, quanto no modo de fazer com equipamentos diferentes, além dos investimentos, as respostas segundo a percepção dos produtores foram sempre conduzidas para a idéia de que com a mudança dos processos a qualidade do produto muda com certeza, pois muda o sabor e a textura, assim perdendo o caráter colonial de uma forma artesanal de produzir. Isto não tem influência direta no comportamento dos agricultores, pois não mudariam sua dedicação e as receitas que utilizam, mas alegam que os consumidores ficam muito desconfiados, porque o produto tem a tendência de demonstrar um aspecto mais industrial, e estes querem produtos coloniais, e isso diminui as vendas e afeta a renda da família.

As características que estão ligadas à tradição das famílias e que ditam o caráter colonial dos produtos, segundo os agricultores, são o “modo de fazer caseiro” (Produtora 1, Porto Alegre), o “gosto colonial” (Produtor 5, Gravataí), devido aos ingredientes relacionados às etnias de cada família, e o “produto feito à mão” (Produtora 9, Porto Alegre). E estas características também são mencionadas pelos consumidores ao comprar os produtos.

Estes perguntam se os produtos são coloniais, feitos pelos próprios agricultores, se têm o mesmo “gostinho” do produto comprado anteriormente. Estas demonstrações de preocupação com o gosto e com a participação do agricultor na confecção dos produtos mostram que existe importância elevada na hora da compra quanto à qualidade ampla (PREZOTTO, 2002) desses produtos, e não somente qualidade ótima.

De acordo com o relato dos produtores, se existem dificuldades, serão enfrentadas e as regras serão seguidas, mas isso não indica que é o sucesso das agroindústrias.

[...] a questão sanitária pode ser tão rigorosa em alguns momentos a ponto de prejudicar a produção, mas se existem regras, devem ser cumpridas, tem que seguir as normas, e se precisar mudar a qualidade vai ter que mudar para prosseguir vendendo (Produtora 8, Gravataí).

[...] a qualidade também pode ser influenciada pela concorrência de mercado e pela demanda do consumidor. Se o mercado mudar a qualidade vai ter que se adaptar, para mais ou pra menos, mas no geral, as exigências têm sido cada vez maiores (Produtor 5, Gravataí).

Uma forma de demonstrar para o público consumidor que os produtos têm qualidade, não sustentada somente pela palavra, é a legalização das agroindústrias e a aquisição de selo de certificação, tanto os selos da inspeção sanitária através de Alvará Sanitário da prefeitura de cada município que autoriza o funcionamento da estrutura produtiva, como selo de autorização da comercialização em estabelecimentos comerciais de cada município para produtos de origem animal, o selo SIM⁹. Outra forma de assegurar a qualidade, mas informal, é a certificação através de um selo solidário, dado pelas associações onde uns certificam os outros. Em 50% das agroindústrias o selo SIM já foi requisitado pelos produtores e emitido junto às prefeituras, e 29% utilizam somente o selo dado pelas associações. Ainda, 14% além de usar o selo SIM, também utilizam o selo das associações (Gráfico 11). Em todos os casos existe o alvará da vigilância sanitária para funcionamento das agroindústrias, pois segundo os agricultores, com a proximidade dos centros urbanos a fiscalização é facilitada e neste caso se não estão ajustados corretamente às normas não podem produzir nas agroindústrias.

No discurso dos agricultores observa-se que obter o alvará para funcionamento não foi difícil, mas existem complicações para atender a todos os itens na obtenção do selo SIM, tanto com burocracias e taxas, quanto com a mudança da estrutura física das agroindústrias. E

⁹ SIM é abreviatura de Sistema de Inspeção Municipal. Cada município possui o próprio selo. A comercialização deve ser restrito ao município que o selo indica.

mesmo sem o selo para comercializar em toda a região, a procura dos clientes é bastante alta, com acesso às propriedades e às agroindústrias, comercializando de forma direta. Esta situação se repete em diversas agroindústrias e a explicação é a mesma: os clientes mais assíduos nos mercados locais, restaurantes e lojas exigem o mesmo produto para consumo.

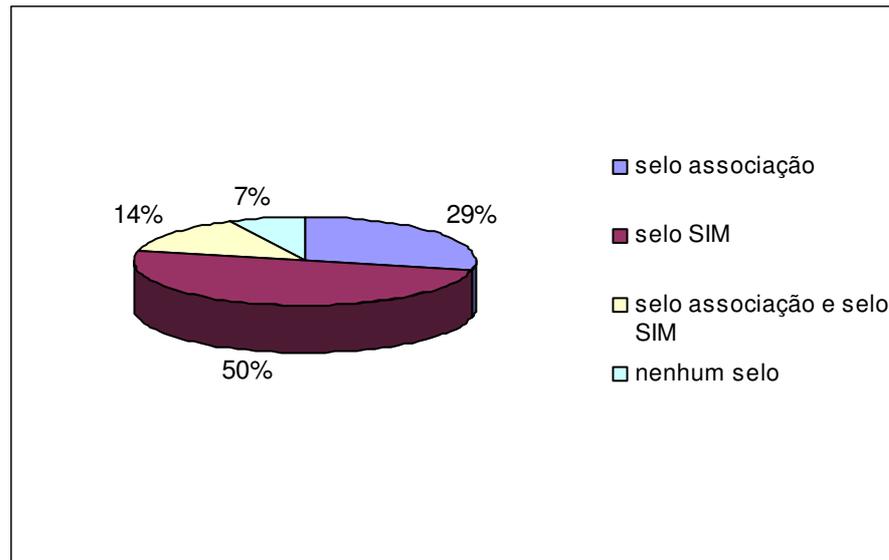


Gráfico 11 - Tipos de selos de certificação adquiridos pelas agroindústrias na RMPA

Fonte: Elaborado pela autora.

A grande maioria das agroindústrias, 86%, entende a obtenção do selo de certificação um item necessário para a evolução das agroindústrias, mas perante aos órgãos fiscalizadores e para poder expandir seu mercado de vendas. Os consumidores não demonstram tanta preocupação quanto à presença ou à ausência dos selos, e sim suas ações evidenciam que a importância é dada para a convivência com os agricultores, com o contato direto, utilizando da confiança entre clientes e produtores na avaliação da qualidade dos produtos, associado ao conhecimento anterior dos produtos para efetuar a aquisição dos produtos.

Nesta perspectiva, as regras e normas que são simplesmente dadas através de leis, portarias, normativas, etc, podem prejudicar o bom funcionamento do mercado agroindustrial familiar rural, exatamente por não atender à demanda dos agricultores e consumidores e consequentemente serem diferentes das convenções por esses já determinadas. Em 86% das entrevistas, embora os agricultores saibam da importância de adotar processos que garantem a sanidade dos produtos, imposta pela legislação, afirmaram que as leis podem inviabilizar a

produção agroindustrial, devido às mudanças sugeridas na estrutura física e nos processos de produção. Além dos investimentos terem um custo elevado, as vendas diminuem, pois o produto perde seu caráter colonial. Nos casos em que os produtores responderam que as leis não inviabilizam a produção, 14%, a justificativa foi a mesma, mas no entanto acrescentaram que como este público não terá mais interesse em seus produtos, terão que achar um novo tipo de consumidor, pois a renda da agroindústria é decisiva na qualidade de vida da família, e não deixarão de produzir.

Todas as interações que ocorrem no mercado da agroindústria familiar rural caminham para o estreitamento das relações interpessoais entre os atores, e podem substituir os padrões uniformes do conceito de qualidade, ajudando a superar as incertezas (CIDELL; ALBERTS, 2006) sobre os produtos e produtores, promovendo assim o produto das agroindústrias. O melhor tipo de estratégia de divulgação dos produtos, segundo relato dos produtores, é o *marketing* direto, ou indicação pessoal, propaganda “boca-a-boca”. Em observação nas feiras, em diversos momentos, a pesquisadora presenciou esta situação, onde os consumidores mostravam os produtos e aconselhavam suas compras a outros consumidores, ainda apresentando o produtor e os introduzindo a uma conversa bastante pessoal, não somente sobre os produtos da feira, mas também a produção na propriedade, famílias e preferências diversas.

Outra forma de divulgação utilizada pelos produtores é a participação em eventos como Expoiner e feiras municipais, com exposição dos produtos e amostras para degustação. Mas os produtores ressaltam que esse tipo de abordagem tem real efetividade no aumento das vendas quando estão presentes nos locais, junto aos seus produtos, pois os consumidores têm a necessidade de conversar, e segundo relato de um produtor,

[...] olhar nos olhos uns dos outros, conversar, trocar informações, explicar como foi feito cada um dos produtos é o que faz as minhas vendas, é como eu faço meu produto ser conhecido e reconhecido, as pessoas confiam em mim e sabem que eu me dedico para isso (Produtor 10, Glorinha).

Existe uma grande perspectiva e de acontecimento eminente para os agricultores do município de Porto Alegre. A iniciativa partiu de produtores associados à APEL – Associação de Produtores Ecológicos do Lami, junto com o ICTA – Instituto de Ciência e Tecnologia de Alimentos da UFRGS, a Vigilância Sanitária do município e a EMATER/RS, para a criação

de um selo solidário de controle de qualidade, onde um representante de cada uma dessas instituições, juntos com os agricultores e também consumidores fazem as fiscalizações e certificações das agroindústrias. Esta ação pode aumentar a credibilidade da associação e dos produtores participantes, sem necessidade de investimentos altos com certificadoras.

Esta experiência que a comunidade da associação está vivenciando é explicada pela força da ação coletiva entre os atores, com as contribuições de produtores, consumidores e instituições, na construção do selo solidário. Este selo irá beneficiar a todos, e estes conceitos de ação coletiva e construção solidária de um bem comum foram já abordados e compõem a TC.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção dos mercados e das regras que os regem, mesmo com o cumprimento das normas legais, vem de dentro do processo e com a colaboração de todos os atores (WILKINSON, 1999), desde produtores até consumidores e instituições apoiadoras do setor. Os costumes advindos de dentro do processo de produção e até mesmo que influenciam a decisão dos consumidores regem suas escolhas. A TC elucida que todos os agentes desta construção percebem as necessidades uns dos outros e entendem que um bem conseguido por um dos integrantes será um bem compartilhado por todos, como afirma Wilkinson (1999). Somando-se a esta questão, temos a construção das regras, que adotadas igualmente diminuem a assimetria de informação, por consequência do surgimento das convenções são construídas pela ação coletiva onde cada um contribui e utiliza das informações que possui.

O comportamento dos agentes das agroindústrias familiares rurais da RMPA e os resultados demonstrados neste trabalho nos mostram que é realidade a construção de convenções através de uma ação coletiva, baseada na lealdade e na confiança uns nos outros. Há divergências em alguns casos como o dos produtores de mel, mas percebe-se que existe a movimentação dos agricultores para que esta imagem de qualidade incerta do produto seja eliminada. Existe uma forte tendência à organização dos produtores destas agroindústrias, à caminho da construção de regras que partiram de convenções criadas ao longo dos anos, tendo como prova deste a recente criação do selo solidário dos associados da APEL.

A incorporação de novas práticas e de um consumidor mais informado e atuante trouxe uma realidade de maior interação, onde a construção do mercado é feita por todos os atores, e estes utilizam do prévio conhecimento uns dos outros e experimentação dos produtos para atestar a qualidade dos produtos e de tudo que compõe o mercado, consolidando assim, uma rede de interações baseada também na confiança. Dessa forma, mesmo com garantias legais, como os selos e os alvarás da inspeção sanitária, a garantia baseada na confiança uns nos outros, aliada à efetiva qualidade dos produtos, é importante na decisão no momento de aquisição desses produtos.

A agroindústria familiar rural demonstra já em sua essência melhorar a vida do agricultor e sua família, principalmente com o aumento da renda através da agregação de valor dos seus produtos (PREZOTTO, 2002). Mas as contribuições vão além da questão econômica, gerando uma lógica de produção que considera a contribuição pessoal de cada um

dos atores, e que constrói um mercado justo e regulado pelos próprios atores, contribuindo também para o Desenvolvimento Rural local. A organização dos agricultores e compilação de idéias e indagações que elegem um bem comum para a comunidade, a exemplo da qualidade dos produtos, da preservação ambiental e da qualidade de vida, demonstram que a TC encontra a realidade e a explica de forma clara e concisa.

As regras impostas pela legislação têm uma posição de importância para os agricultores e dentro das agroindústrias, pois viabilizam a comercialização dos produtos e os qualificam. Mas ao mesmo tempo, tornam-se uma barreira para o crescimento e o desenvolvimento, devido aos investimentos necessários para alcançar a legalidade quanto aos tipos de instalações, equipamentos, etc. Dessa forma, as regras que vêm de convenções têm um enraizamento muito mais forte e a continuidade delas se dá naturalmente entre os produtores. O contínuo treinamento e qualificação deste grupo irá ampliar os conhecimentos sobre normas que devem ser seguidas no processo produtivo e por fim podem torná-las convenções para estes produtores.

É interessante destacar também que a lógica de produção e comercialização têm influências externas ao processo, e não só através da legislação, mas também pelos consumidores. Os clientes contribuem e são atores deste processo, questionam, sugerem e interagem de forma pessoal com os produtores e suas famílias, no acordo de uma para estes produtos satisfatória a todos. Possuem ainda informações bastante apuradas sobre a qualidade dos produtos que consomem e com isso acabam influenciando direta e indiretamente na produção, pois os agricultores esforçam-se no alcance desta qualidade em prol da satisfação dos clientes.

Percebe-se que a convergência de interesses une os dois agentes, produtor e consumidor. A TC explica esta ação como uma construção de convenções a partir de um bem comum, neste caso a qualidade dos produtos através de uma ação coletiva e acordada entre todos os agentes, sendo posteriormente adotada nos processos de produção, utilizando-se da lealdade uns com os outros, para o cumprimento dessas convenções (BOLTANSKI; THEVENOT, 1991).

O associativismo é considerado pelos agricultores uma forma de fortalecer o setor e reivindicar melhorias em diversos aspectos, como estradas, estrutura de produção, etc, e mesmo os produtores que ainda não estão associados, pretendem associar-se a um grupo com as mesmas premissas de produção, o que nada mais é do que a ação coletiva demonstrada na realidade. O maior problema enfrentado pelos produtores destas agroindústrias, a pressão imobiliária dos grandes centros urbanos, pode ser combatido com o fortalecimento dessas

associações, onde não só os produtores reivindicam, mas também os consumidores, pois fazem parte do processo. Uma saída que se tem demonstrado eficaz é o engajamento dos produtores no turismo rural, do qual vários já fazem parte. Um trabalho em conjunto com as prefeituras, universidades, associações de bairros e órgãos de apoio ao setor, pode proporcionar a organização para o turismo rural, a exemplo do município de Porto Alegre.

A qualidade é construída e vista nas agroindústrias não só como um processo físico, mas também contando com aspectos sociais e culturais. Produtores e clientes consideram o esforço pessoal na confecção dos produtos, pois mencionam em diversos momentos a proporção de dedicação na atividade, histórico de tradição e os modos de fazer artesanal que trazem o toque especial colonial. Ainda, preocupam-se com a boa reputação dos seus produtos e de todos os que participam da feira ou das associações. Percebem que o esforço de cada um constrói um bem que todos poderão usufruir que é a boa imagem e qualidade constante de seus produtos, e conseqüente remuneração satisfatória. Mas faltam avanços quanto a diversas regras que devem ser adotadas na produção considerando os aspectos que compõem a qualidade ótima dos produtos (LAGRANGE, 1995), como a limpeza e sanitização das instalações e de comportamento com a utilização das boas práticas.

Existe potencial no crescimento e desenvolvimento dessas agroindústrias, pois seus integrantes demonstram interesse e empenho na atividade e continuidade da mesma. Já existem movimentações para o cumprimento da legislação quanto à certificação e à inspeção, e também quanto ao treinamento e qualificação dos atores.

Dentro das percepções geradas neste estudo, observa-se que um aumento do apoio e de investimentos de instituições (Emater, Prefeitura, etc) na realização de cursos direcionados para produção e sobre as boas práticas sanitárias, assim como a realização de feiras e eventos para divulgação da agroindústria familiar e seus produtos, promoveria o avanço do setor.

A simplificação e adaptação de alguns processos, tanto na produção quanto para legalização levariam a uma expansão do setor. O caso do turismo rural e da divulgação para a população residente na região pode impulsionar o desenvolvimento destes estabelecimentos e ajudar outros a estabelecer um lugar no mercado. A criação de associações para os pequenos agricultores pode viabilizar a produção, por conceder uma margem maior aos produtores na aquisição de insumos e no aumento de escala e diversidade de produtos, podendo estabelecer um ponto de comercialização para todos na própria sede, a exemplo da CEASA – Central de Abastecimento, mas neste caso, voltado à agricultura familiar.

Por fim, algumas questões podem ser aprimoradas em estudos futuros sobre a agroindústria familiar rural da RMPA, complementando os resultados desta pesquisa, pois o

espaço curto de tempo inviabilizou a possibilidade de continuidade. É necessário realizar uma tipologia mais apurada dos agricultores e das agroindústrias que existem na região, com uma amostra mais expressiva, aumentando assim o grau de especificidade do conhecimento, levando em conta também aspectos ambientais, que podem servir como base na formulação de políticas públicas específicas, um estudo mais profundo da importância e influência das esferas econômica, social e institucional, nas decisões e comportamentos dentro do processo produtivo, dando suporte teórico para proposições de mudanças reais na conformação da estrutura política e administrativa, que auxiliem no desenvolvimento das agroindústrias e da agricultura familiar local.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Portaria nº 1.428/MS**. Boas práticas de fabricação para indústria de alimentos. Rio de Janeiro, 1993.

AGNE, C. L.; WAQUIL, P. D. Agroindústrias Rurais Familiares: a interação social produtor-consumidor nos mercados de proximidade na região do Corede Jacuí Centro – RS. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 48., 2010, Campo Grande. **Anais...** Campo Grande, MS, 2010.

BOLTANSKI, L.; THEVENOT, L. **De la justification**: les économies de la grandeurs. Paris: Gallimard, 1991.

BOYER, R. **A Teoria da regulação**: uma análise crítica. São Paulo: Nobel, 1990.

BOYER, R.; SAILLARD, Y. Avant-propos. In: BOYER, R.; SAILLARD, Y. (Org.). **Théorie de la régulation**: L'État des savoirs. Paris: La découverte, 2005.

BRITO, C. O. **A agroindústria artesanal e o programa fábrica do agricultor**: uma tentativa de racionalizar as atividades em uma unidade de produção agrícola familiar. 103f. 2005. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Pós-Graduação em Sociologia, Setor de Ciências, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2005.

CARVALHEIRO, E. M.; AGNE, C. L.; WAQUIL, P. D. A construção social de mercados para os produtos da agroindústria familiar rural: o município de Maripá, PR. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE SOCIOLOGIA ECONÔMICA, 2009, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis, 2009.

CHALITA, M. A. N. Agricultura familiar na citricultura paulista: a reconstituição da trajetória de um conceito. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 43., 2005, São Paulo. **Anais...** São Paulo, 2005.

CIDELL, J. L.; ALBERTS, H. C. Constructing quality: the multinational histories of chocolate. **Geoforum**, v. 37, n. 6, p. 999-1007, 2006.

FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA. **PIB Municipal RS 2007**. 2007. Disponível em: <www.fee.tche.com.br>. Acesso em: 9 set. 2010.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
GRANOVETTER, M. Economics institutions as social constructions: a framework for analysis. **Acta Sociologica**, n. 35, n.1, p.3-11, 1992.

GUIMARÃES, J. R. S.; JANUZZI, P. M. Indicadores sintéticos no processo de formulação e avaliação de políticas públicas: limites e legitimidades. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS POPULACIONAIS, 14., 2004, Caxambú. **Anais...** Caxambu: ABEP, 2004.

HISTÓRICO. In: **Caminhos Rurais Porto Alegre – RS**. Disponível em:
<<http://www.caminhosrurais.tur.br/paginas/historico.asp>>. Acesso em: 7 dez. 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Agropecuário 2006**. 2006. Disponível em: <www.sidra.ibge.gov.br>. Acesso em: 5 jan. 2010.

_____. **Censo Demográfico 2010**: resultados preliminares. 2010. Disponível em:
<www.ibge.gov.br/cidadesat>. Acesso em: 5 jan. 2011.

_____. **Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios – PNAD**: síntese de indicadores. Rio de Janeiro, 2004.

KAGEYAMA, A. **Desenvolvimento rural**: conceitos e aplicação ao caso brasileiro. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

KIRWAN, J. The interpersonal world of direct marketing: examining conventions of quality at UK farmers markets. **Journal of Rural Studies**, v. 22, n.3, 301-312, jul. 2006.

KOZENIESKI, E. M; MEDEIROS, R. M. V. A manutenção de espaços rurais em Porto Alegre/RS: uma análise preliminar. **Geografia: Ensino & Pesquisa**, Santa Maria, v. 13 n. 2, p. 33-41, 2009.

LAGRANGE, L. **La commercialisation des produits agricoles et alimentaires**. 2. ed. Paris: Editora Tec & Doc., 1995. (Collection agriculture d'aujourd'hui).

MALAFAIA, G. C. **As convenções sociais de qualidade como suporte à configuração de sistemas agroalimentares locais competitivos**: um estudo cross country na Pecuária de Corte. 173 f. 2007. Tese (Doutorado em Agronegócios) - Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

MALUF, R. S. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 25, n. 1, p. 299-322, abr. 2004.

MARIOT, E. J. **Produtos agroalimentares típicos (coloniais)**: situação e perspectivas de valorização no município de urussanga, Santa Catarina, Brasil. 2002. Dissertação (Mestrado Internacional em Gestão do Desenvolvimento Rural) - Universidade de Trás-Os-Montes e Alto Douro e Universidade de Santiago de Compostela, Vila Real, 2002.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**: edição compacta. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MIOR, L. C. Agricultura familiar, agroindústria e desenvolvimento territorial. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE DESENVOLVIMENTO RURAL SUSTENTÁVEL, 2007, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis, 2007.

NEUMANN, P. S. *et al.* A agroindústria familiar de vinho na região da quarta colônia do Rio Grande do Sul. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE SISTEMAS DE PRODUÇÃO, 7., 2007, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza, 2007.

NORTH, D. **Custos de transação, instituições e desempenho econômico**. Rio de Janeiro: Instituto Liberal, 1990. (Série Ensaio & Artigos).

PALDAM, M.; SVENDSEN, G. T. An essay on social capital: looking for the fire behind the smoke. **European Journal of Political Economy**, v. 16, n. 2, p. 339-366, jun. 2000.

PORTO ALEGRE. Secretaria do Planejamento Municipal. **Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Ambiental – PDDUA**, 1999.

PREZOTTO, L. L. Qualidade ampla: referência para a pequena agroindústria rural inserida numa proposta de desenvolvimento regional descentralizado. In: PREZOTTO, L. L.; LIMA, D. M. A.; WILKINSON, J. (Org.). **Inovações nas tradições da agricultura familiar**. Brasília: CNPq/Paralelo 15, 2002. p. 285-300.

REYNAUD, J. D.; RICHEBÉ, N. Rules, conventions and values: a plea in favor of ordinary normativity. **Revue Française de Sociologie**, v. 50, p. 3-35, 2009.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria de Agricultura, Pecuária e Agronegócio. **Expointer**. 2010a. Disponível em: <<http://www.expointer.rs.gov.br>>. Acesso em: 5 jan. 2010.

_____. Secretaria de Planejamento, Gestão e Participação Cidadã. **Atlas Socioeconômico do Rio Grande do Sul**. 2009. Disponível em: <<http://www.seplag.rs.gov.br/atlas/>>. Acesso em: 7 dez. 2010.

_____. Secretaria do Desenvolvimento Rural, Pesca e Cooperativismo. **Emater/RS**. 2010b. Disponível em: <<http://www.emater.tche.br>>. Acesso em: 5 jan. 2010.

ROMEIRO, A. R.; SILVA, J. M. J. A teoria da regulação e o enfoque setorial: o papel de destaque da agricultura. **Estudos Econômicos**, São Paulo, v. 27, n. 3, p. 461-479, 1997.

ROSIN, C. The conventions of agri-environmental practice in New Zealand: farmers, retail audit schemes and a new spirit of farming. **Geo Journal**, v. 73, n. 1, p.45-54, 2008.

SCHNEIDER, S. Tendências e temas dos estudos sobre desenvolvimento rural no Brasil. In: CONGRESSO EUROPEU DE SOCIOLOGIA RURAL, 2007, Wageningen, Holanda. **Anais...** Wageningen, Holanda, 2007.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

STRAETE, E. P. Innovantion and changing “worlds of prodution”. Case-studies of Norwegian diaries. **European Urbans and Regional Studies**, v. 11, n. 3, p. 227-241, 2004.

SYLVANDER, B. Conventions de qualité, concurrence et coopération: cas du 'Label Rouge' dans la filière Volailles. In: ALLAIRE, G.; BOYER, R. (Ed.). **La grande transformation de L'agriculture**. Paris: INRA - Economica, 1995. p. 73-96.

VEIGA, J. L. *et al.* O Brasil rural precisa de uma estratégia de desenvolvimento. **Texto para discussão nº 1**: MDA/CNDRS/NEAD, Brasília, 2001.

VIEIRA, L. F. **Agricultura e agroindústria familiar**. Brasília: Embrapa; CTAA, 1997.

WESZ JUNIOR, V. J.; TRENTIN, I. C. L. A importância das agroindústrias familiares no desenvolvimento endógeno e no fomento das economias locais. CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 14., ENCONTRO DE PÓS-GRADUAÇÃO, 7., 2008, Pelotas. **Anais...** Pelotas: UFPEL, 2008.

WILKINSON, J. A contribuição da teoria francesa das convenções para os estudos agroalimentares: algumas considerações iniciais. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 64-80, 1999.

_____. A pequena produção e sua relação com os sistemas de distribuição. In: SEMINARIO POLÍTICAS DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN EN AMÉRICA LATINA, 2003, Campinas. **Anais...** Campinas: Unicamp, 2003.

_____. Inovação agroindustrial na agricultura familiar e na reforma agrária do Brasil. **Debates CPDA/UFRJ**, Rio de Janeiro, 1998.

_____. **Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

WILKINSON, J.; MIOR, L. C. Setor informal, produção familiar e pequena agroindústria: interfaces. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, n. 13, p. 29-45, 1999.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

APÊNDICE A – Formulário de coleta de dados



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
 FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
 PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO RURAL
Pesquisadora: Fernanda Severo Nichele – Mestranda

Sessão 1

1. O produtor e a família: identificação e indicadores sociais

- a) Nome do produtor:
- b) Localidade da propriedade:
- c) Origem da família:
- d) Nº integrantes da família:

Quadro 1. Qualificação dos integrantes da família

Nome	Parentesco	Idade	Escolaridade	Ocupação

e) Qual a renda mensal da família? (unidade: salário mínimo regional)

- 1 a 2 3 a 4 5 a 6 maior que 6

f) Algum integrante recebe algum benefício governamental?

- aposentadoria
- bolsa família
- pecúlio
- seguro desemprego
- outro: _____

g) Algum integrante da família tem emprego fora da propriedade?

h) Essa ocupação contribui com a renda da família também? (unidade: salário mínimo regional)

i) Este integrante também ajuda nas atividades da propriedade?

j) A família possui alguma dívida (crédito rural, aquisição de bens, etc)? A dívida está sendo paga?

l) Há quanto tempo a família está na atividade rural?

() integrante nasceu na propriedade

() entre 10 e 20 anos

() menos do que 10 anos. Porque decidiu entrar para atividade? _____

() mais que 20 anos

m) A família pretende continuar na atividade rural? Por que? Por quanto tempo? Algum integrante irá assumir a propriedade (caso de resposta negativa)?

n) A casa de moradia da família é feita de qual material: alvenaria ou madeira?

o) A casa possui saneamento básico: banheiro, água tratada, sistema de esgoto ou fossa séptica?

2. Agroindústria e as interações sociais internas e externas

a) Quantas pessoas atuam na agroindústria?

b) Quantas são integrantes da família e quantas são contratadas/temporários?

c) Quem é o responsável pela produção da agroindústria?

d) O responsável toma as decisões sozinho ou consulta a opinião e sugestões dos integrantes da agroindústria?

e) Cada integrante tem uma tarefa fixa ou participa de todas as etapas do processo produtivo?

f) Quem faz a venda dos produtos também trabalha na produção da agroindústria?

g) Os produtos agroindustriais são vendidos na propriedade ou fora? Se fora, atingem somente o mercado local, ou também regiões vizinhas?

h) Qual tipo de mercado é vendido a produção da agroindústria?

- feiras
- mercados locais
- supermercados
- outros

i) Algum dos integrantes da família faz parte de alguma associação ou cooperativa? Existe algum benefício para a produção? Tem sido importante esta ligação? Existe alguma motivação específica que envolva a agroindústria?

l) A família possui momentos de confraternização com vizinhos, amigos, colegas de trabalho? A comunidade rural é unida? A comunidade tem o costume de reivindicar mudanças juntos, desde infraestrutura até direitos legais?

m) O responsável pelas vendas ou os vendedores conhecem os clientes que compram os produtos? São clientes assíduos?

n) Algum cliente já estabeleceu uma relação de amizade, conversam na hora da venda, trocam informações sobre os produtos ou a produção deles? Algum cliente já foi visitar a propriedade a propriedade ou a agroindústria para conhecer como acontece a produção?

o) A família participa de algum tipo de evento como feiras e amostras para expor os produtos e divulgar a produção? Existe algum benefício direto para a agroindústria, aumenta as vendas?

p) Quais a principal dificuldade enfrentada para produzir na região metropolitana de Porto Alegre?

- abigeato
- fatores relacionados com a produção (clima, solo)
- falta de trabalhadores
- falta de incentivos governamentais
- falta de mercado consumidor
- dificuldades no transporte dos produtos até o consumidor (estradas, etc)
- outro _____

q) Existe algum tipo de apoio do governo neste caso? Existe algum reivindicação de organização dos produtores?

Sessão 2

A Caracterização da agroindústria (produção, modos de fazer e qualidade)

a) Há quanto tempo trabalha com o processamento dos produtos? Porque decidiu trabalhar com esta atividade: renda, lazer, aposentadoria, outros?

b) Quais são os produtos que são confeccionados na agroindústria?

Origem animal:

Origem vegetal:

c) Qual matéria-prima é produzida na propriedade? Quais os insumos que são adquiridos fora da propriedade? São adquiridos de outras propriedades ou do mercado em geral?

d) Existe retorno satisfatório quanto à renda dos produtos agroindustrializados? É necessário investir capital de outros produtos na a agroindústria? A agroindústria é a renda principal da família?

e) O processo de produção dos produtos segue uma receita de tradição? De onde é sua origem?

família

amigos

pesquisa

instituição ligada ao meio rural. Qual? _____

própria

f) Existe o costume de trocar receitas entre os produtores? Existe algum tipo de treinamento ou combinação para seguir essa receita? A qualidade dos produtos fica similar e tem como base a confiança que existe entre os produtores?

g) Algum integrante da agroindústria já participou de cursos e/ou eventos para se atualizar sobre a produção em uma agroindústria (novas receitas, ingredientes, qualidade sanitária)?

h) A família acha importante sempre ter produtos feitos da mesma forma e com qualidade sempre similar? Por quê?

i) Onde é feito o processamento dos produtos agroindustriais?

cozinha da residência

cozinha especial para agroindústria na residência

espaço separado da residência, especial para agroindústria

no local da venda

j) Sempre foi da mesma forma ou houveram modificações no espaço destinado para a agroindústria? Porque foi modificado?

l) Existe algum processo de preparação do ambiente antes do início do processamento? Higienização, desinfecção? Com quais produtos?

m) Utiliza-se qualquer tipo de traje especial para a confecção dos produtos?

luvas

toucas

avental

proteção para sapatos

traje completo

outro _____

n) A produção é vendida logo após sua confecção ou tem algum período de estocagem? Quanto tempo fica estocado? Onde fica estocado?

o) Utiliza algum produto como conservantes, aromatizantes ou espessantes?

p) Possui algum tipo de identificação de seu produto? Nome próprio ou marca? Utiliza embalagens especiais, com rótulo, validade, informações nutricionais?

q) O que entendes por qualidade? O que faz um produto ter qualidade na sua opinião?

r) Qual sua opinião sobre a qualidade dos seus produtos e de seus vizinhos, amigos, colegas de venda? Existe algum ponto que gostaria de melhorar? Qual o entrave para esta melhora?

s) Os clientes estão mais informados sobre a qualidade dos produtos? Estes perguntam sobre como foi produzido? Acha que escolhem somente pelo preço ou também pela qualidade?

Sessão 3

As convenções e as regras nas agroindústrias

a) Em sua opinião, a agroindústria pode mudar sua forma de produzir, seguindo as regras da legislação, sem modificar a qualidade tradicional dos produtos?

b) Os produtos da agroindústria familiar têm características específicas de qualidade que estão ligadas a tradição, ao costume de produção? Que características são essas?

c) Quando os clientes compram seus produtos, eles mencionam estas características ou é somente de sua avaliação?

d) A agroindústria possui algum tipo selo de qualidade ou certificação? Se sim, qual?

própria

associação ou cooperativa

instituição de certificação de qualidade. Qual? _____

outros _____

e) Quais as principais dificuldades para se conseguir certificação ou selo de qualidade, em sua opinião? Acha importante obter? Por quê?

f) Deixou de produzir algum produto por proibição legal? Acha que as leis que existem agora podem inviabilizar a produção da agroindústria?

g) Existe alguma ação da comunidade para promover o produto tradicional da agricultura familiar? Alguma estratégia dos produtores para mostrar a qualidade dos produtos aos consumidores? Preço diferenciado, amostras, propaganda boca-a-boca?

h) Se sim, existe algum incentivo governamental ou atuação de alguma instituição junto com os produtores? Qual instituição? Já conseguiram algum resultado positivo?

ANEXO A - Municípios da Região Metropolitana de Porto Alegre, população urbana e rural

MUNICÍPIO	População Total 2007	População Urbana 2000	População Rural 2000	Área IBGE km ²	Taxa de Crescimento 1991 - 2000 %	Densidade Demográfica 2007 hab/km ²	Ano de Inclusão na RMPA
Rio Grande do Sul	10.582.887	8.317.984	1.869.814	281.748,50	1,23	37,56	—
RMPA	3.959.810	3.551.672	167.106	9.800,21		480,62	—
Alvorada	207.142	183.365	603	70,81	2,94	2.925,32	1973
Araricá	4.781	3.493	539	35,29	3,51	135,48	1998
Arroio dos Ratos	13.619	12.528	807	425,94	1,36	31,97	2000
Cachoeirinha	112.603	107.564	0	43,77	2,25	2.572,61	1973
Campo Bom	56.595	51.838	2.180	61,41	1,36	921,59	1973
Canoas	326.458	306.093	0	131,10	1,45	2.490,14	1973
Capela de Santana	10.950	6.277	3.755	184,00	3,35	59,51	2001
Charqueadas	33.708	29.015	946	216,51	2,16	155,69	1994
Dois Irmãos	24.815	22.272	163	65,16	4,86	380,83	1989
Eldorado do Sul	31.316	19.242	8.026	509,70	4,96	61,44	1989
Estância Velha	40.740	34.367	765	52,38	2,50	777,78	1973
Esteio	78.816	79.961	87	27,54	1,43	2.861,87	1973
Glorinha	6.908	1.285	4.399	323,64	2,43	21,34	1989
Gravataí	261.150	212.144	20.485	463,76	2,85	563,11	1973
Guaíba	93.578	91.956	2.351	376,97	2,04	248,24	1973
Ivoti	18.517	13.785	1.533	63,14	3,60	293,27	1989
Montenegro	56.790	48.862	5.830	420,02	1,94	135,21	1999
Nova Hartz	16.688	12.879	2.192	62,56	4,94	266,75	1989
Nova Santa Rita	20.591	11.550	4.200	217,87	5,38	94,51	1998
Novo Hamburgo	253.067	231.989	4.204	223,61	1,56	1.131,73	1973
Parobé	48.713	43.439	1.337	109,03	3,84	446,79	1989
Portão	28.583	19.818	4.839	159,94	2,67	178,71	1989
Porto Alegre	1.420.667	1.320.739	39.851	496,83	0,94	2.859,46	1973
Santo Antônio da Patrulha	37.910	23.483	13.552	1.048,90	0,76	36,14	2000
São Jerônimo	20.506	15.611	4.672	937,05	-0,19	21,88	1999
São Leopoldo	207.721	192.895	652	102,31	1,61	2.030,31	1973
Sapiranga	73.979	65.785	3.404	137,52	2,42	537,95	1973
Sapucaia do Sul	122.231	121.813	938	58,64	1,78	2.084,43	1973
Taquara	53.428	43.125	9.700	457,13	2,48	116,88	1999
Triunfo	23.976	12.887	9.279	823,42	2,41	29,12	1989
Viamão	253.264	211.612	15.817	1.494,26	2,61	169,49	1973

Fonte: Rio Grande do Sul (2009).

**ANEXO B - Produto Interno Bruto (PIB) total, estrutura do Valor Adicionado Bruto (VAB) e população dos
Coredes do RS – 2007**

COREDES	Produto Interno Bruto					Estrutura do Valor Adicionado Bruto (%)		
	(R\$ 1000)	Variação nominal (%)	Participação (%)		Posição no Ranking em 2006	Agropecuária	Indústria	Serviços
			2007	2006				
Metropolitano Delta do Jacuí	50.507.686	10,9	28,60	29,04	1º	0,51	26,15	73,33
Vale do Rio dos Sinos	25.371.728	9,4	14,37	14,79	2º	0,26	34,59	65,16
Serra Sul	18.378.922	11,5	10,41	10,51	3º	5,59	40,04	54,37
Produção	10.608.277	18,4	6,01	5,71	4º	11,64	24,58	63,79
Fronteira Oeste	7.521.455	18,6	4,26	4,04	5º	17,33	18,93	63,74
Vale do Rio Pardo	6.623.697	8,5	3,75	3,89	7º	22,07	17,12	60,81
Central	6.549.693	5,1	3,71	3,97	6º	17,84	29,69	52,47
Vale do Taquari	5.988.265	14,5	3,39	3,34	8º	19,61	12,68	67,70
Noroeste Colonial	5.468.226	13,0	3,10	3,09	9º	14,61	32,56	52,83
Norte	4.348.671	23,8	2,46	2,24	10º	25,93	14,27	59,80
Missões	3.481.282	22,4	1,97	1,81	11º	18,49	27,89	53,63
Fronteira Noroeste	3.464.915	22,7	1,96	1,80	12º	29,27	13,96	56,77
Centro-Sul	3.128.316	24,0	1,77	1,61	15º	21,01	23,25	55,73
Alto Jacuí	3.042.364	10,5	1,72	1,76	13º	16,60	32,50	50,90
Litoral	3.017.147	25,2	1,71	1,54	16º	23,75	14,68	61,57
Vale do Caí	2.792.950	10,3	1,58	1,62	14º	9,13	14,25	76,62
Hortênsias - Campos de Cima da Serra	2.535.097	9,2	1,44	1,48	17º	14,15	32,36	53,48
Campanha	2.467.788	10,1	1,40	1,43	18º	17,26	21,00	61,74
Paranhana-Encosta da Serra	2.325.677	8,0	1,32	1,37	19º	18,45	21,01	60,55
	2.239.209	7,7	1,27	1,33	20º	3,16	37,06	59,78

(continua)

(conclusão)

COREDES	Produto Interno Bruto					Estrutura do Valor Adicionado Bruto (%)		
	(R\$ 1000)	Variação nominal (%)	Participação (%)		Posição no Ranking em 2006	Agropecuária	Indústria	Serviços
			2007	2006				
Nordeste	2.210.406	19,4	1,25	1,18	21º	32,60	17,20	50,20
Médio Alto Uruguai	1.868.528	19,8	1,06	0,99	22º	34,96	11,94	53,10
Jacuí-Centro	1.534.151	15,1	0,87	0,85	23º	25,82	14,43	59,75
Alto da Serra do Botucaraí	1.140.621	17,8	0,65	0,62	24º	33,19	9,00	57,80
Rio Grande do Sul	176.615.073	12,6	100,00	100,00	-	9,83	26,62	63,55

Fonte: Adaptado de Fundação de Economia e Estatística (2007) com base nos dados IBGE.