



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

A CONSTRUÇÃO DE UM NOVO MERCADO PARA AGRICULTURA FAMILIAR A PARTIR DA IMERSÃO E DA QUALIDADE DOS ALIMENTOS: O CASO DO PROGRAMA DE ALIMENTAÇÃO ESCOLAR EM ROLANTE (RS)

Rozane Marcia Triches

Unipampa - Universidade Federal do Pampa/RS

rozane.triches@gmail.com

INTRODUÇÃO

O conceito de “*embeddednes*”, traduzido neste artigo como “imersão”, é utilizado para a análise da construção do mercado da alimentação escolar no município de Rolante por ser considerado um dos principais traços característicos que distinguem redes alimentares alternativas das convencionais (SONNINO; MARSDEN, 2006). Para entender as redes alternativas, segundo Sonnino e Marsden (2006), busca-se verificar as suas bases, considerando que o “alternativo” redistribui valor entre a cadeia de abastecimento, produz confiança entre produtores e consumidores e articula novas formas de associação política e de governança do mercado. Marsden *et al.* (2000) enfatiza que, em contraste com as cadeias convencionais, as alternativas revelam novas relações de associação e institucionalização, envolvem companhias e atores que redefinem suas relações com o Estado, reconfiguram valores relacionados com a produção e consumo de alimentos, entre outros.

Assim, cumpre aprofundar esse conceito, juntamente com aquele que remete à localização em contraste com a globalização, pois um mercado local não necessariamente é enraizado, mas se constitui como espaço mais provável de construir relações enraizadas (imersas em um sistema de valores sociais). Para Sonnino e Marsden (2006), seria essa forma arraigada no local que as redes emergentes utilizariam para recapturar o espaço rural como um ativo e uma força transformadora em moldar o sistema agroalimentar.

A hipótese que rege esse trabalho baseia-se na suposição de que as relações econômicas estão imersas em valores e relações sociais, tanto os já existentes que as influenciam, como os que vão surgindo, mantendo ou reformulando os anteriores, num processo dinâmico. Esse enraizamento social é reforçado na escala local, em que a proximidade das relações possibilita uma maior interação entre os atores, com conseqüente incorporação, generalização e institucionalização dos discursos e significados. Com esse pressuposto, deseja-se verificar como o “local” foi empoderado,



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

valorizado e legitimado, ou seja, por que os agricultores familiares do município passaram a ser vistos como fornecedores de alimentos de melhor qualidade para o Programa de Alimentação Escolar (PAE) em Rolante (RS).

A partir dessa primeira verificação, parte-se para um aprofundamento da questão da construção de uma nova concepção de qualidade dos alimentos. Nesse senso, pretende-se verificar como o PAE de Rolante construiu o seu próprio conceito de qualidade, considerando tanto as demandas de consumo como as de produção. Indo além das percepções e interesses de consumidores e produtores, pretende-se também avaliar como o município lidou com as contradições entre as normas e conceitos dominantes de qualidade e os construídos localmente, fazendo a sua diferença.

CONSTRUINDO A PESQUISA SOBRE A CONSTRUÇÃO DE UM MERCADO

A justificativa para a escolha do município de Rolante (RS)¹ deve-se ao fato de que foi um dos pioneiros no Brasil (de que se tem notícia) a realizar a compra de produtos da agricultura familiar local para a alimentação escolar, iniciando o processo ainda em 1998, logo após a descentralização dos recursos do PAE.

Em 1998, ocorrem as primeiras participações de agricultores nos processos de aquisição pública para abastecimento do PAE. Em 2003, segundo dados do município, o comércio varejista fornecia 84% dos alimentos para a alimentação escolar, enquanto a agricultura familiar respondia com os 16% restantes. Já em 2008, 32% do recurso federal/municipal remetido à alimentação escolar era utilizado para compras da agricultura familiar. Os alimentos citados como já fornecidos por uma média de 25 agricultores foram: hortaliças, frutas, feijão, pipoca, *schimier*, farinhas integrais de milho, trigo e aveia, sucos, milho verde, mel, aipim, batata e biscoitos.

Para captar informações sobre as atitudes, valores, conhecimentos e opiniões dos indivíduos que elucidassem a dinâmica da construção deste novo mercado para a agricultura familiar, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas a partir de roteiros de perguntas para a orientação do diálogo com cada grupo específico de entrevistados.

¹O município de Rolante possui uma área territorial de 297 km² com uma população de 19.213 habitantes (IBGE, 2007). Localiza-se na Encosta Inferior do Planalto, na região Nordeste do Rio Grande do Sul. E, segundo IBGE, o número de estabelecimentos agropecuários em Rolante em 2006 era de 1.055, distribuídos em 15.096 hectares, sendo que as propriedades rurais do município ainda mantinham como base a agricultura familiar, com áreas menores de cinquenta hectares.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

Em relação ao critério de amostra, buscou-se identificar aquela que fosse capaz de refletir a totalidade nas suas múltiplas dimensões. Foram inquiridos 43 representantes dos seguintes grupos: consumidores (pais de alunos, diretores, merendeiros, nutricionistas, coordenador do PAE), produtores (agricultores familiares, extensão rural e sindicato rural) e gestores públicos (Prefeitos, Secretários, técnicos). Também foram utilizadas para a análise todas as atas registradas desde a criação do Conselho de Alimentação Escolar e de Desenvolvimento Rural.

A análise dos dados qualitativos foi realizada pela categorização temática. Para tanto, utilizou-se o referencial sobre análise de conteúdo. Para realizar a sistematização e a análise dos dados coletados a partir das respostas das entrevistas, documentos e observações realizadas, foi utilizado o software NVivo 2.

POR QUE LOCALIZAR A AQUISIÇÃO DE GÊNEROS PARA ALIMENTAÇÃO ESCOLAR? PARA ALÉM DAS QUESTÕES DE INTERCÂMBIO

E nós vivemos numa sociedade capitalista onde o poder econômico é sobre o social. Eu tenho consciência disso. É a minha verdade, existem várias verdades, eu sei disso, mas o econômico impera sobre o social (Gestor atual4, março 2009).

As “verdades” do entrevistado remetem ao domínio de valores econômicos sobre os valores sociais. Indicam também a reflexividade sobre tais valores, compondo um *cogito* sobre a possibilidade de mudá-los ou revê-los. Nesse ponto, interessa verificar se esse mercado foi construído e sustentado apenas por motivações, nas palavras de Polanyi (1977), “reais”, ou se essas motivações tinham fundamentos “ideais”, ou seja, as motivações econômicas (as necessidades biológicas como a fome e o ganho) estariam isentas das motivações relacionadas à obrigação cívica, ao dever moral, à decência, ao respeito? Mesmo dentro de uma sociedade em que os valores predominantes são os econômicos, haveria ainda espaço para um mercado ser moldado por valores sociais?

Polanyi (1980) refere três modelos possíveis de integração social e econômica, a reciprocidade, a redistribuição e o intercâmbio, associando os dois primeiros a valores morais, enquanto o último se basearia em leis de oferta e demanda. Pretende-se verificar como esses sistemas estão implicados na construção social desse mercado da alimentação escolar para agricultores familiares. Como as relações entre agricultores, consumidores e gestores públicos foram sendo moldadas e se essas foram baseadas em



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

valores econômicos, sociais ou uma mescla de ambos?

No que se refere às relações entre consumidores e produtores, as motivações foram puramente econômicas ou utilitaristas? Atualmente, dois movimentos parecem delineados na contramão da homogeneização da produção capitalista no que diz respeito ao consumo – um que sustenta os que falam dos direitos do consumidor e suas demandas por saúde, estética, identidade, atendimento ao paladar e preço, por conseguinte, mais propriamente de valores utilitaristas, particulares, de autointeresse; o outro que fala de uma ética, em que se consome aquilo que tem valor público, como os que dizem respeito ao meio ambiente, à equidade social, ao bem-estar animal. Por outro lado, no que tange à produção, também há que se considerar dois processos: um relacionado à sobrevivência dos pequenos agricultores e, portanto, de formas inovadoras de que os agricultores se utilizam para adicionar valor aos seus produtos e, outro, que envolve uma relação de reciprocidade, responsabilidade, comprometimento com a sociedade e com a natureza. Nesse caso em particular, pretendeu-se verificar como ocorreu essa transversalidade.

Primeiramente, há que se considerar que as relações de reciprocidade e/ou intercâmbio entre produtores e consumidores não estão obrigatoriamente vinculadas ao local *per se*. Os valores são considerados muito mais do que a significância da distância e do contato, o que demonstraria porque o local não seria suficiente para explicar práticas enraizadas, sendo que esse diferencial estaria nas suas instituições, cultura, valores, regras e relações. Especificamente em Rolante, há uma moral ainda muito arraigada nos costumes da comunidade, como relatado abaixo.

Eu acho que a sociedade de Rolante por ser mais atrasada, e eu acho isso um elogio, ela consegue ter um controle social. E esse controle social passa por moralidade que nem sempre são todas elas, uma por uma, boas, né? Tem o contexto que estabelece o que é moral, um regramento (ExtensionistaRural1, janeiro 2009).

Ser atrasada, ou em outras palavras, calcada em uma tradição rural, imprime a Rolante traços de um município que está condicionado ainda e em grande parte, a uma moral camponesa que transcende os próprios agricultores e o meio rural, e dá lugar também aos consumidores e ao meio urbano, constituído de pessoas que têm sua origem rural, como fica explícito no depoimento de uma mãe: “Quando tu já conhece, tu tem a tua origem lá, aí tem mais ainda a importância da compra direta do agricultor” (Pai de aluno 1, maio 2009).



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

Dessa forma, segundo Wortmann (1990), a transformação dos valores e da subjetividade camponesa ocorre de forma mais lenta que no restante da sociedade. Mesmo os camponeses não estando à margem da história, continuariam realizando uma ética tradicional fundada na reciprocidade, na honra e na hierarquia, porém não sendo esse *ethos* uma prisão cultural. Ao contrário, como destaca o próprio autor, e como evidencia a realidade, os camponeses inserem-se nos mercados e sobrevivem há muito tempo – questão essa intrigante, principalmente com o advento da tecnociência e da industrialização, e, por isso, muito estudada. Como “pessoas ignorantes e refratárias à modernização”, conseguem sobreviver em ambiente tão competitivo e exigente? A conservação da ordem moral para o autor parece estar intimamente ligada à sobrevivência do camponês, muito mais que sua racionalidade.

Nesse caso, isso parece ser uma vantagem, pois, ao manterem seus valores, passam a ser considerados pelos consumidores pessoas idôneas e confiáveis, sendo um grande diferencial dentro de um mercado em que as relações éticas são cada vez mais inexistentes. Essa é uma afirmação que se ratifica no que concerne ao consumidor que faz uso de um **discurso ético de ajuda** aos agricultores, mas também, e principalmente, de **confiança** nesses fornecedores.

Os gestores, pais, diretores e merendeiros, ao referirem as suas motivações para a aquisição de produtos de agricultores familiares, na maioria das vezes, associavam o interesse pela saúde e educação das crianças e qualidade do alimento adquirido, ao auxílio ao produtor local, a sua valorização, autoestima e de sua família, com a intenção de mantê-los no meio rural. Verificaram-se muitas vezes nos depoimentos, que essa justificativa sobrepunha-se às questões relativas aos interesses próprios dos consumidores. Adquirir os gêneros para a alimentação escolar do agricultor local passou a ter mais sentido para o consumidor mediante a incorporação de um sentimento de estar ajudando, de estar fazendo um bem. Sassatelli (2004) defende a tese de que o consumo é um importante aspecto a considerar-se na transformação de práticas e políticas, em que as pessoas começam a perceber que, modificando-o, é uma forma de começar a buscar um mundo diferente. Em seu estudo sobre discursos, contestação e consumo alternativo, a autora verifica que nem sempre sanidade, saúde, gosto são preocupações primárias, porém as obrigações morais aparecem com mais poder político na mudança em suas escolhas.



Mas, além do sentimento de **obrigação moral**, o consumidor buscava principalmente uma relação de **confiança** com o produtor. Depois de alguns episódios em que a qualidade dos alimentos adquiridos era insatisfatória, fazia-se necessário melhorá-la. Por sua vez, confiança é um conceito complexo e é considerado uma das variáveis-chave para o sucesso e estabilidade das relações. Giddens (1991) destaca que o indivíduo que não considera alternativas está em uma situação de crença, enquanto alguém que reconhece essas alternativas e tenta calcular os riscos assim reconhecidos, engaja-se em confiança. Nos depoimentos que seguem, os consumidores consideraram as alternativas e buscaram reduzir os “riscos”, confiando em quem conheciam.

Vamos dar o exemplo do R. (agricultor fornecedor), o R. eu conheço há anos, o que tem uma grande fruteira eu não sei como é, vem do Ceasa, não sei como plantou, onde plantou. Acho que a gente confia porque conhece mais as pessoas. Mesmo conhecendo os donos de outras fruteiras a gente não sabe de onde veio o que eu estou consumindo (Diretor, março 2009).

Assim, as incertezas seriam minimizadas, quando da busca de fornecedores conhecidos, de alimentos com procedência e, portanto, do controle sobre a forma como são produzidos ou, como refere o próprio agricultor, o consumidor confia porque “eles conhecem o produto, a produção e a pessoa” (Agricultor não cooperado 2). Isso não estaria associados somente a transações econômicas, mas revela uma ligação emocional entre as pessoas, uma identificação. O consumidor procura um fornecedor competente e honesto, por outro lado, o agricultor pretende retribuir para manter essa relação. Dessa forma, não só pensa no ganho, mas também na reciprocidade, no compromisso e no comprometimento.

[...] Porque um pequeno agricultor ele pensa nos outros mais ou menos como ele pensa em si. Muitas vezes a gente escuta assim dizer, o que eu não quero pra mim eu não quero pros outros. O grande ele nem olha, ele pensa só no lucro, não na saúde das pessoas (Agricultor cooperado 3, fevereiro 2009).

Esses valores potencializam-se, quando se considera que o consumidor final são crianças. Por isso, qualquer ato de má conduta é considerado imoral: “Eu penso que se eu tirar ½ kg ou 1 kg eu tô tirando das crianças que precisam e não do prefeito” (Agricultor não cooperado 2). Este compromisso é enfatizado principalmente quando essas mesmas crianças são parentes, vizinhos, ou da mesma localidade onde moram esses agricultores, o que acaba por facilitar a confiança do consumidor nesse fornecedor pelo caráter de compromisso com a comunidade em que ele se insere.

Assim, se de um lado a confiança seria, em parte, dada por estar inscrita ainda na tradição, de outro, ela também é produzida por relações econômicas e sociais de



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

reciprocidade, por meio de estruturas específicas de aliança e compartilhamento. Para Sabourin (2005), as estruturas de reciprocidade produzem valores de uso, mas também valores humanos como a amizade entre os próximos, a responsabilidade, justiça, equidade e confiança. Para o mesmo autor, a estrutura de reciprocidade seria uma relação reversível entre sujeitos motivada pelo interesse pelo outro, pelo reconhecimento do outro.

Nesse sentido, evoca um senso de responsabilização e de cobrança entre os membros porque os coloca frente a frente, minimizando a possibilidade da má conduta pelo prejuízo econômico e social que causaria. Se os costumes, as normas, a moral não constroem suficientemente, há ainda a possibilidade da cobrança do consumidor e a sanção e punição da má-conduta. E essa não se refere somente à perda econômica, mas à má fama e à exclusão, ou a perda de prestígio e honra que são sentidas muito mais, quando se pertence àquele grupo social.

Também se abre a possibilidade das visitas realizadas pela nutricionista, coordenadora do Programa, diretores etc., às propriedades para verificação “in loco” da produção e pelo próprio acompanhamento dado pela extensão rural. Esta, por sua vez, passa a ser uma intermediária qualificada ou interpessoal, pois mantém uma relação de reciprocidade por meio do interconhecimento, do efeito rede e de uma informação sobre a qualidade do produto. Essa estrutura, segundo Sabourin (2005), produziria confiança, responsabilidade e reputação, tanto do agricultor, como do intermediário, constituindo uma fonte de prestígio e autoridade no sistema de reciprocidade.

Se a simplificação da cadeia alimentar promoveu o interconhecimento, dissipando a incerteza e fortalecendo a confiança, os valores criados, juntamente como os arraigados na tradição local, sugerem que a construção desse mercado não foi apenas de caráter econômico, mas estava imerso em valores humanos. Mas, longe de desmerecer o econômico, a relevância do preço e o utilitarismo ou instrumentalismo que fala das motivações individuais estiveram presentes nessa relação, apontando para o fato de que o intercâmbio mercantil não está excluído desse processo. Essa constatação serve para considerar criticamente o binarismo que separa as relações embebidas socialmente das isentas de valor social ou das puramente econômicas. Seria ingenuidade referir a construção desse mercado como algo “ideal” ou desprovido de outros interesses.

No caso da alimentação escolar, os agricultores postulam que é uma compra



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

garantida, que complementa a sua renda, mas que seus ganhos não são assim tão relevantes para serem motivos primeiros para a inserção nesse mercado. Por outro lado, também não deixam de ter visões instrumentalistas, formalizando sua produção e distinguindo seu produto dos demais em uma tentativa de adicionar valor e aumentar seus ganhos econômicos.

Watts *et al.* (2005) chama a atenção para o fato de que os produtores reconhecem a centralidade das considerações econômicas em seus negócios e que a economia significa o sustento da vida das pessoas, no entanto, há diferentes formas de conseguir esse sustento. Fazendo referência a Lee (2000), o autor vai dizer que é possível identificar espaços de produção articulados ao mercado, mas fora das normas capitalistas. Assim, preço, competitividade, lucro não estão excluídos dessas relações, mas também assumem outros valores imprimidos pela tradição e exprimidos por essas transações diretas.

Se algum nível de instrumentalismo e intercâmbio existe nessas relações, pode-se dizer que ambos não são, necessariamente, do ponto de vista moral, negativos, já que renda e preço são condições muito relevantes para agricultores familiares e para consumidores que não têm muitos recursos, como é o caso, aqui, o PAE municipal. Os primeiros precisam vender seus produtos por preços rentáveis e utilizam-se de estratégias para valorizá-los ou para diminuir os custos, como a produção artesanal e orgânica. Os consumidores precisam utilizar os recursos recebidos para o Programa da forma mais racional possível para poder abastecer todas as escolas com alimentos suficientes e com qualidade. Assim, como frisado por Hinrichs (2000, p. 301), “uma gota de instrumentalismo e intercâmbio garante uma refeição mais substancial e nutritiva para ambos, consumidores e produtores”.

Conclui-se que um sistema de valores que se recria, mantém-se ou ajusta-se, constrói a sua diferença por meio de relações que ampliam o capital social local. Continua-se o tópico a seguir, com essa reflexão: seria a qualificação dos alimentos em Rolante um valor que se manteve enraizado em sua cultura, não sem ser impregnado pelos valores ou regras da indústria de alimentos, mas também não sem questioná-los e confrontá-los?

LOCALIZAÇÃO E IMERSÃO NA CONSTRUÇÃO SOCIAL DA QUALIDADE



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

Considerando-se que um mercado também é construído de componentes sociais, ambientais, culturais e políticos de um determinado espaço, presume-se que essa imersão local possa também criar identidades, valores, qualificações e significados característicos. No tocante a alimentos, por suposto, se poderia dizer que eles assumem qualificações e são qualificados conforme a demanda social de produtores, consumidores, vendedores e reguladores. Essa qualificação seguiria uma lógica de ação dos atores locais para atingir seus projetos coletivos ou individuais (ALLAIRE; WOLF, 2004), construindo complexas e inter-relacionadas práticas e incorporando valor social aos produtos (SONNINO, 2005).

Por um lado, consumidores estabeleceriam suas qualificações em resposta a preocupações com a saúde, o ambiente, a estética, a ética ou, mesmo, para minimizar a desconfiança gerada pelos temores alimentares ou para reduzir a incerteza diante de tantas escolhas. Por outro lado, produtores utilizariam de estratégias para diferenciarem seus produtos, adicionando valor e conquistando os consumidores ou adequando seus produtos às suas necessidades. Entrementes, o Estado com seu poder regulatório pressionaria ou ajustaria os processos sociais de qualificação à normatização legal. Essas relações dinâmicas conformariam economias de qualidade (CALLON *et al.*, 2002) em que todos os atores organizariam diferentes estratégias para “qualificar” os alimentos, em uma permanente relação de competição e poder (MARSDEN, 2004).

Nas questões realizadas sobre o tema da qualidade dos alimentos, bem como na sua referência nas respostas a outras questões e, ainda, nas atividades realizadas dentro do PAE em Rolante, observa-se que a qualificação dos produtos está associada a uma cadência de condições. Primeiramente, está vinculada à questão do local, à procedência e à sua cultura e tradição alimentar que evocam uma forma de produção associada a não utilização ou a utilização racional de produtos químicos, em baixa escala e que obedecem a um ciclo sazonal. Dessas condições, originam-se alimentos mais frescos e naturais (mais dependentes da natureza do que de tecnologias), o que resultaria em um produto nutritivo e com aspecto organoléptico superior em alguns sentidos, como o sabor. Permeando e coagindo essa construção aparecem, embora menos frequentes, outras características como as questões sanitárias, no entanto, de forma contestatória.

As características iniciais vêm ao encontro do que foi discutido anteriormente, em que se liga o local à dimensão social, ou à moral, à confiança nas pessoas e no



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

processo utilizado, pelo fato de conhecê-lo, de ter controle sobre ele. Nas entrevistas, 50 citações foram contabilizadas, relacionando a qualidade à procedência do produto (mais citada, juntamente com as questões da forma de produção). A frase a seguir, de autoria de uma diretora, explicita isso: “Uma qualidade maior porque tu sabia de onde tava saindo” (Diretor 4, março 2009). E na tentativa de explicar porque o local qualifica: [...] pela história, conhecendo as propriedades, os hábitos, os sistemas de produção [...]” (Extensionista rural 2, fevereiro 2009).

Nessa proximidade de relações é que a qualidade se constituiria, ou seja, segundo Pollan (2008), em uma cadeia alimentar industrial, uma parede de ignorância intervém entre consumidores e produtores, e essa parede cria um certo descuido em ambos os lados. Os agricultores perdem de vista o fato de estarem produzindo alimentos para pessoas que realmente vão consumi-los e não para intermediários, e os consumidores podem esquecer que cultivar alimentos exige tempo e trabalho duro. Nessa distância, segundo o mesmo autor, a história da identidade da comida, quem, onde e como foi produzida desaparece na corrente indiferente das mercadorias. Na proximidade, aquele que vai comer pode tornar conhecidos ao produtor seus desejos e necessidades, e o produtor pode transmitir ao consumidor as distinções entre os alimentos que produz e os outros. Essa transparência significa uma construção da qualidade baseada nas relações e não em regulamentações, rótulos ou responsabilidade legal.

Saber de “onde estava saindo” é fazer alusão a um local conhecido e com uma tradição, uma história, uma cultura específica, de que “eu” faço parte. Esse fazer parte é caracterizado também pela comida, em que, até então, o que era fornecido para a alimentação escolar não era conivente com a sua própria identidade cultural alimentar.

É os formulados, né? Sem respeitar a cultura alimentar, sem respeitar absolutamente nada e sem nenhum indicativo nutricional que fosse importante ou não. O que eu acho é que, embora nós não tenhamos feito uma grande revolução, o que a gente fez foi botar os pés no chão e valorizar a própria comunidade (Gestor da época 1, fevereiro 2009).

Não só houve a introdução de alimentos típicos da cultura local na alimentação escolar, mas também, todo um trabalho de valorização junto às crianças e adolescentes com o objetivo de proteger e gerar promoção e a perduração desses hábitos, como foi o caso da “Oficina da Cuca”:

Aí vem a cuca. A cuca é um produto típico da nossa cidade, então ela é inclusa no cardápio. Tem a oficina da cuca também. Então as cuqueiras fazem



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

as cucas pras crianças comer. Então é visto bem as coisas da região e o cardápio é adaptado, aproveitando o que as crianças têm de hábito, o que as crianças querem (Pai de aluno 1, maio 2009).

Nesse senso, a questão da tradição e da cultura é ressaltada, quando da defesa da localização. Com essa exposição quer-se chamar a atenção para a valorização do local como espaço de produção, em que há um conhecimento sobre a procedência dos alimentos adquiridos, mas, ao mesmo tempo, como espaço de consumo, com o respeito, perpetuação ou revalorização da cultura e do hábito alimentar que lhe é peculiar.

Essa valorização do local e da procedência liga-se à forma de produção de alimentos considerada de melhor qualidade por ser ambientalmente mais adequada, de pequena escala e que respeita os ciclos de cada cultivo. A qualidade relacionada às formas de produção teve 59 citações nas entrevistas; dessas, 39 estavam diretamente associadas à utilização de produtos químicos. Prefere-se comprar de agricultor familiar por ser uma produção que não utiliza ou que utiliza moderadamente agrotóxicos e/ou insumos químicos, em uma tentativa de reduzir os riscos à saúde. Credita-se esse controle não só ao trabalho técnico da extensão rural e do conhecimento dos produtores e da forma que produzem, mas também por ser uma produção de baixa escala.

Na garantia de um produto fresco, uma das questões postuladas pelo PAE municipal, segundo a nutricionista, é compor o cardápio obedecendo à sazonalidade dos produtos, comprando os alimentos conforme a época da colheita. Assim, obedece-se a processos naturais, sem maturações ou crescimentos forçados quimicamente ou por acondicionamentos que mantenham o produto por mais tempo em perfeito estado de conservação e consumo.

Dessas características iniciais, duas surgem como intermediárias: a naturalização e o frescor do alimento. Comprar de agricultores locais favorece a diminuição do trajeto a ser percorrido do local da produção até o consumo final, o que proporciona o oferecimento de alimentos mais frescos. Por outro lado, a forma tradicional de plantar, beneficiar e produzir caracteriza um produto mais natural. Passa-se a reverenciar a diferenciação do produto relativamente àquele que é desenraizado, ou seja, desprovido de espaço e de tempo. A distância e a durabilidade dão espaço à localização e à sazonalidade – “vamos comprar daqui, quanto mais perto melhor, quanto mais industrializado, mais longe ele pode andar” (Gestor atual 4, março 2009).

Nesse processo de qualificação, o atendimento do paladar é uma das



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

características finais desse processo. Se um alimento produzido localmente e de forma mais natural não é exatamente o mais bonito ou que agrada na aparência, por outro lado, ele agrada no gosto. Este gosto que foi moldado na infância e que está impregnado e, portanto, identificado como característico daquele produto. No entanto, embora o gosto seja reconhecido como um resultado de uma história baseada em práticas de percepção entre o sujeito e o produto, de diferenciação social ou de adaptação biológica, Teil e Hennion (2004) defendem a ideia de que ele é um conceito polimórfico, por sua condição de ativo e não passivo ou estado determinado. O gosto seria uma forma de construir relações com coisas e pessoas, não simplesmente uma propriedade dos bens, nem uma competência das pessoas.

Para os autores, o gosto seria o resultado de práticas constituídas historicamente, mas também um desejo voluntário e não uma atração involuntária. Nesse sentido, determinam-no como consequência e não como causa da escolha. Os consumidores o moldariam de forma a sobreviver diante das crises e dos riscos ou mediante a sua ansiedade frente à diversidade de escolhas. De qualquer forma, obrigando-os a pensar, a refletir, a escolher e a moldar o seu paladar para aqueles alimentos que consideram mais adequados ou que os amparem em suas preocupações, sendo um consumidor ativo que delibera.

No caso da alimentação escolar, essa abordagem favorece a análise já que defende a indução do gosto. Se os pais, diretores e nutricionistas são os consumidores que escolhem, a qualidade, para eles, segue no sentido da reflexividade sobre o que adquirir e na intenção de constituir um gosto para aquele tipo de alimento no consumidor final que é o escolar.

Nessa reflexividade do consumidor que adquire e escolhe, está implícito como característica final da qualidade o valor nutricional desse alimento que, via de regra, está associado à preocupação relacionada à **saúde**. Para alcançá-la, faz-se necessário atrair os alunos para alimentos mais saudáveis, primeiramente, por intermédio das questões de sabor e de hedonismo. Para as crianças e adolescentes, o consumo de alimentos como verduras e frutas está mais relacionado à obrigação do que propriamente a um prazer. Conquistar o paladar para um alimento considerado mais nutritivo e desencorajar o consumo daqueles que são industrializados e, portanto, mais elaborados no sentido de atrair pelo gosto e pelas estratégias de *marketing* foi um



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

objetivo perseguido. Para tanto, comprar do agricultor passa a ser uma maneira de melhorar a atratividade do alimento pelo sabor original, pelo frescor, pela variedade. Uma cenoura mais doce, um pêsego com gosto de pêsego, uma banana mais saborosa são exemplos de alimentos que se tornam mais aceitos pelos escolares.

Se atrair é um objetivo, por outro lado, também foi almejado tornar aqueles alimentos um desejo voluntário e uma escolha reflexiva. Exemplo disso são os projetos realizados com as crianças e adolescentes das escolas, em que os professores trabalham com os alunos nas hortas, ensinando desde a preparação do solo até a preparação do alimento para consumo. Como verificado pelo depoimento de um dos diretores, que também é responsável por um projeto específico que atende a várias escolas num local chamado Setor Ambiental, há o trabalho na direção de conscientizar o aluno para moldar o seu gosto: “Também tem a horta do Setor onde eles visitam a horta e experimentam as plantas, comem ao natural e é dito que é saudável”(Diretor 1, março 2009).

Assim, o sabor liga-se ao aspecto nutricional como componentes da qualidade do alimento. Segundo as diversas passagens nos depoimentos dos agricultores, o aspecto dos alimentos para esse consumidor específico, não é mais determinante na sua escolha por acreditar que o alimento mais “natural”, embora nem sempre provido de beleza externa, é de qualidade nutricional superior.

O que acaba por conectar essas características finais às características iniciais, e intermediárias. Ser superior, nutricionalmente falando, remete não somente à composição do alimento em si, mas todo o conhecimento que as pessoas têm ou julgam ter sobre o processo que determinou essa superioridade. Esse alimento foi produzido de forma a receber o mínimo teor de produtos químicos, de forma artesanal e respeitando o hábito alimentar daquela comunidade. Por ser produzido naquele local é, conseqüentemente, mais fresco e natural, e, portanto, ainda intacto em seu conteúdo nutricional e mais palatável e aceito como resume uma diretora: “Eu acho que se tu vai olhar pelo aspecto nutricional, com certeza, o que vem do agricultor familiar tem uma qualidade maior” (Diretor 2, abril 2009). Dessa forma, a qualidade nutricional não está expressa num rótulo, ou com a preocupação com nutrientes específicos, mas acredita-se que ela esteja sustentada por um processo de produção e consumo que viabiliza uma ingestão mais adequada de alimentos benéficos à saúde.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

Dentre todos os componentes relacionados com a qualidade construída em Rolante, verificou-se que a questão da sanidade ou da higiene quase não foi referida. Somente 16 passagens a mencionam, nem todas como aspecto positivo, mas contestatório, por um lado os que a defendem e, por outro, os que a consideram imprópria e até sem sentido.

Culmina-se nesse ponto com a constatação de que, se a qualidade é construída como visto acima, por um conjunto de características que partem tanto das preocupações e demandas do consumidor, quanto das estratégias de mercado do produtor, mas dentro de um processo social, permeado de valores. Ela, porém, também é o desfecho de um processo de negociação contestado e contingente determinado por relações de poder entre os diferentes atores da cadeia de abastecimento (HARVEY *et al.*, 2004).

O fato que parece subentendido é que, muito embora exista um conceito hegemônico de qualidade relacionado à inocuidade e dite a obrigatoriedade da aquisição apenas de produtos “seguros” do ponto de vista sanitário, não é essa a característica mais considerada (apesar de não ser desconsiderada) para auferir qualidade aos alimentos nesse caso. Ela aparece como uma norma de qualidade imposta de fora para dentro e não como um valor construído socialmente, oferecendo condições para entender a diferença etimológica do termo “qualidade”, que pode ter significado normativo e/ou empírico.

A partir disso é necessário reconhecer que há relações de poder que disputam concepções legítimas de qualidade, em que os aspectos normativos se sobrepõem aos construídos socialmente. Marsden (2004) aponta essa realocação ou manutenção das relações de poder entre as diferentes cadeias de abastecimento alimentar como as mais convencionais de larga escala e as que se desenvolvem nos interstícios, consideradas “alternativas”, ou por assim dizer, as cadeias curtas de baixa escala, como as consideradas nesse estudo. Para o autor está em jogo uma dicotomia entre conhecimentos, autoridade e regulação entre os atores dessas cadeias e os consumidores de seus produtos. Assim, há uma competição entre distintas definições de qualidade – convencionais, sociais e técnicas, sendo que, o resultado é o empoderamento ou desempoderamento de determinada cadeia e grupo de atores. As questões de higiene e sanidade empoderariam os varejistas e as questões ecológicas e sociais empoderariam



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

um local particular.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como visto, as motivações que levaram os consumidores adquirirem produtos de agricultores familiares locais não foram somente de cunho instrumentalista e de intercâmbio, mas de reciprocidade e redistribuição. Pautar-se em relações de confiança diferentes das clássicas garantias dadas pela indústria alimentícia significa anarquizar a rotina. Essa anarquia fundamenta-se na utilização de instituições ainda muito arraigadas em uma tradição camponesa que se fortalece na reflexividade sobre as coerções das instituições modernas, não de uma forma saudosista ou idealizada, mas criativa e inventiva, em que os valores humanos passam a ter sentido ao garantir direitos e obrigações que diminuem a incerteza e a insegurança.

Essas revisões permitem olhar diferente para o local e certos atributos dos alimentos. A autoestima dos agricultores passa pela aprovação dos consumidores em relação aos seus produtos. Dispositivos de confiança associam-se a dispositivos de qualificação, quando o agricultor e sua ética asseguram confiança ao consumidor pelo que adquire. Dessa maneira, é uma relação mantida com vigor, na qual a reciprocidade se efetiva em uma troca de valores, como a competência, honestidade, responsabilidade dos produtores pela confiança dos consumidores.

Especificamente nesse caso, as entrevistas e observações demonstraram que a qualidade foi construída muito mais a partir da demanda em buscar alimentos mais confiáveis e com qualidades que remetiam às questões sociais, de saúde e de gosto, do que propriamente a partir de questões sanitárias ou da diferenciação da produção ao buscar vantagens competitivas. Nesse quesito, a diferenciação em relação à produção estava mais ligada à busca dos agricultores em conquistar o consumidor desejando manter a relação, do que em seus produtos. O comprometimento dado pelas relações próximas parece ter sido mais importante do que atributos específicos relacionados aos alimentos que os distinguem de outros.

A partir disso, este estudo permite exemplificar a construção de um mercado imbricado em relações sociais. Estas são capazes de ressignificar o que é um alimento de qualidade, independente do que é normatizado como tal. Por não ser a regra, este exemplo permite visualizar a diferença entre uma cadeia de abastecimento diferenciada



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

(socialmente imersa) e aquelas que utilizam o PAE com fim mercadológico e que se restringem às concepções de qualidade hegemônicas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALLAIRE, G; WOLF, S.A. Cognitive representations and institutional hybridity in agrofood innovation. *Science, Technology & Human Values*, v.29, p.431-458, 2004.
- CALLON, M; MÉADEL, C; RABEHARISOA, V. The economy of qualities. *Economy and Society*. v. 31, p.194-217, 2002.
- GIDDENS, A. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora Unesp, 1991.
- HARVEY, M; MCMEEKIN, A; WARDE, A. *Qualities of food: alternative empirical and theoretical approaches*. Manchester: Manchester University Press, 2004.
- HINRICHS, C.C. Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. *Journal of Rural Studies*, v.16 p.295-303, 2000.
- MARSDEN, T.K. Theorising food quality: some key issues in understanding its competitive production and regulation. In: HARVEY, M. *et al. Qualities of food*. UK: Manchester University Press, 2004. p.129-155.
- POLANYI, K. *A grande transformação: as origens de nossa época*. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1980.
- POLANYI, K. A nossa obsoleta mentalidade mercantil. In: *Revista Trimestral de História das Idéias*. Porto, n.1, 1977. p. 7-20.
- POLLAN, M. *Em defesa da comida: um manifesto*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008.
- SABOURIN, E.P. *Práticas sociais, políticas públicas e valores humanos*. I Colóquio Agricultura Familiar e Desenvolvimento Rural, Porto Alegre, 2005.
- SASSATELLI, R. The political morality of food: discourses, contestation and alternative consumption. In: HARVEY, M. *et al. Qualities of food*. UK: Manchester University Press, 2004. p.176-207.
- SONNINO, R. Embeddedness in action: saffron and the making of the local in southern Tuscany. *Agriculture and Human Values*, v. 24, p.61-74, 2007.
- SONNINO, R; MARSDEN, T.K. Beyond the divide: Rethinking relations between alternative and conventional food networks in Europe. *Journal of Economic Geography*, v.6, p. 181-189, 2006.
- TEIL, G; HENNION, A. Discovering quality or performing taste? A sociology of the amateur. In: HARVEY, M. *et al. Qualities of food*. UK: Manchester University Press, 2004. p.19-37.
- WATTS, D.C.H. *et al.* Making reconnections in agro-food geography: alternative systems of food provision. *Progress in Human Geography*, v.29, p.22-40, 2005.
- WOORTMANN, K. *Com parente não se negueia*. Anuário Antropológico 87. Editora da UNB, 1990.