

REDES ALIMENTARES ALTERNATIVAS: CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DE BASE ECOLÓGICA NA FRANÇA

Ana Paula da Silva Siqueira¹

Tiago Teixeira da Silva Siqueira²

Marcia Aparecida Andreazzi³

Rute Grossi-Milani⁴

Agroecologia e produção agrícola sustentável

RESUMO

As redes alimentares alternativas de circuito curto de comercialização têm se demonstrado alternativas eficientes em prol da sustentabilidade. O objetivo deste trabalho é o compartilhamento descritivo e qualitativo de experiências de circuitos curtos de comercialização de produtos de base ecológica na França que são poucos difundidos e/ou em processo de expansão no Brasil: venda direta na propriedade e loja de produtos orgânicos independentes. A metodologia empregada foi a pesquisa descritiva-qualitativa de experiências de comercialização de circuitos curtos de produtos de base ecológica na França. Os principais resultados alcançados foram que essas modalidades de comercialização mostraram-se eficientes nas variáveis autonomia e geração de renda para os produtores, satisfação nas relações entre produtor-consumidor e produção sustentável. Conclui-se que essas modalidades de comercialização devem ser incentivadas visando uma produção mais justa e sustentável.

Palavras-chave: Agroecologia; Alimentos orgânicos; Sustentabilidade; Cadeias curtas; Redes agroalimentares.

INTRODUÇÃO

Muitos estudos fazem uma avaliação crítica dos impactos sociais, culturais e ambientais da modernização da agricultura desenvolvidos a partir dos anos 1960 frutos da “Revolução Verde”. A implementação de um conjunto de novas tecnologias, como sementes melhoradas, fertilizantes químicos e agrotóxicos, levou muitos agricultores a abandonarem práticas historicamente construídas ocasionando alteração nas relações de trabalho, no uso da

¹Psicóloga, mestranda do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Tecnologias Limpas – PPGTL do Centro Universitário de Maringá - UNICESUMAR – Bolsista Capes, contatopsianasiqueira@gmail.com.

² Engenheiro Agrônomo, Doutor em Economia, Professor na Université de Toulouse - Ecole d'Ingénieurs de Purpan et Pesquisador no Institut National de la Recherche Agronomique (INRA) – UMR Agroécologie, Innovations et Territoires, Toulouse (FR), tiago.siqueira@purpan.fr.

³Zootecnista, Pós-doutorada em Produção animal, coordenadora do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Tecnologias Limpas do Centro Universitário de Maringá - UNICESUMAR. Pesquisadora do Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação – ICETI. marcia.andreazzi@unicesumar.edu.br

⁴Psicóloga, Doutora em Medicina (Saúde Mental), docente do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Tecnologias Limpas e Promoção da Saúde do Centro Universitário de Maringá - UNICESUMAR. Pesquisadora do Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação – ICETI. rute.milani@unicesumar.edu.br

terra, na produção agrícola, na dinâmica populacional além do alto índice de degradação do ambiente (SOUZA, 2017; SANTOS et al., 2014).

Diante desta problemática, nos últimos anos, as pesquisas sobre agroecologia têm-se intensificado no cenário mundial como forma de produção sustentável atrelada a conceitos como desenvolvimento sustentável, segurança alimentar e nutricional, e autonomia do agricultor. No que se refere ao potencial emancipatório para o agricultor, a temática tem por objetivo a implantação de um sistema produtivo sustentável nas dimensões sociais, além das ambientais e econômicas (AZEVEDO; PELICIONE, 2011).

Em concordância com esses princípios, as redes alimentares alternativas (*alternative food networks - AFNs*) são consideradas alternativas ao modelo do agronegócio e possuem algumas características centrais como a cooperação social e parceria entre produtor e consumidor; promoção de mercados locais com identidade territorial e valorização de produtos de qualidade e diferenciados, como os produtos de base ecológica (GOODMAN et al., 2012). Há diferentes formas de redes alimentares alternativas, porém, estas convergem na preferência por circuitos curtos de comercialização como feiras do produtor, entrega de cestas, pequenas lojas de produtores, venda na propriedade ligada ao agroturismo, venda institucional para alimentação escolar, entre outras (DAROLT et al., 2016).

Em pesquisa realizada por Darolt et al. (2016) sobre redes alimentares alternativas no Brasil e na França, foi demonstrado que o desenvolvimento da agricultura familiar de base ecológica é potencializado quando associado a circuitos curtos e redes alimentares alternativas, complementado por parcerias e políticas públicas voltadas ao fortalecimento dessas iniciativas.

Diante desta problemática, visando a promoção de uma produção mais sustentável e justa, com o aprimoramento de comercialização por circuitos curtos de comercialização, o presente trabalho tem como objetivo o compartilhamento descritivo e qualitativo de experiências de circuitos curtos de comercialização de produtos de base ecológica na França que são poucos difundidos e/ou em processo de expansão no Brasil.

METODOLOGIA

O método de pesquisa utilizado foi descritivo-qualitativo de experiências de comercialização de circuitos curtos de produtos de base ecológica na França, pois, segundo Minayo (2013), a pesquisa qualitativa visa a subjetividade como fundamento do sentido, assim não se preocupa com a quantidade de dados, mas em esclarecer e compreender os

fenômenos subjetivos. Foram realizadas visitas técnicas e entrevistas semi-estruturada com dois produtores em dois tipos de cadeia curta: venda direta na propriedade e lojas de produtos orgânicos independentes. A escolha da tipologia de cadeia deveu-se ao fato que estas tipologias de circuitos estão bem difundidas na França, enquanto que no Brasil, estas encontram-se ainda pouco difundidas e/ou em processo de expansão. Os critérios para seleção do local foram: o reconhecimento local e a certificação de produtos de base ecológica. As entrevistas ocorreram nos dias 14 e 15 de junho de 2018 no departamento Eure-et-Loir, na região central da França.

Foi realizada uma análise de conteúdo das respostas, segundo Bardin (2011), as quais foram categorizadas de acordo com a semelhança no conteúdo apresentado.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em relação a escolha por produtos de base ecológica, os proprietários entrevistados foram unânimes em dizer que a escolha se deve ao fato da qualidade, ao frescor, argumentando que estes são mais saudáveis e livres de químicos que são prejudiciais à saúde e ao meio ambiente, resultados semelhantes ao encontrado por Torjusen et al. (2001), Wier et al. (2008) e Vieira (2016).

Dias et al. (2015) descrevem que os estudos demonstram uma evolução na preocupação com as formas de cultivo e suas consequências para a saúde e o meio ambiente ocasionados pela a forma tradicional de produção com uso intensivo de inseticidas e pesticidas, fazendo com que os mercados de produtos de base ecológica ganhem cada vez mais espaço. De acordo com Darolt et al. (2016) os movimentos sociais em prol das agriculturas de base ecológica em nível global têm compartilhado ideais muito semelhantes conferindo um significado político que permite, em certa medida, readequar a produção para sistemas mais sustentáveis e repensar hábitos alimentares, reforçando laços entre áreas rurais e urbanas, legitimando essas novas organizações ou modelos.

No referente a escolha na forma de venda do produto, o produtor que faz a venda direta de queijos em sua propriedade (figura 1) explicou que sua escolha foi baseada no fato que *“os produtos de base ecológica não tem como objetivo somente o produto, ele traz todo o contexto de resgate da valorização da agricultura familiar, do saber o como, onde foi produzido e a socialização, a troca de conhecimentos”*. Esse fato é explicitado por Marsden et al. (2000), para os autores, o mais importante para caracterizar um circuito curto ou cadeia curta é o fato de o consumidor ter informações que lhe permitam saber onde o produzido, de que forma.



Figura 1 – Propriedade com venda direta de produtos.

Outro ponto ressaltado pelo produtor de venda direta na propriedade foi em relação ao agroturismo. Segundo o produtor *“é muito gratificante ver que os pais vêm com seus filhos visitam o local onde fica os animais, explicam todo o processo de produção. Acho que isso estimula o contato com a natureza, a importância de se preservar o ambiente, o respeito com os animais, e claro, estimula o consumo de produtos orgânicos”*. Segundo Corral-Verdugo et al. (2014), pesquisas em Psicologia Ambiental demonstram que é usual as pessoas preservarem os ambientes quando estes são percebidos por afetos positivos, mantendo vínculos com esses ambientes, que necessitam de uma resposta de cuidado, proteção e preservação. As crianças pequenas tendem a imitar o comportamento dos pais e, assim, desenvolvem uma motivação intrínseca, o que favorece comportamentos pró-ambientais (MATTHIES *et al.*, 2012).

O proprietário da loja de pães orgânicos e cereais (figura 2) explicitou que sua escolha pela modalidade de circuito curto de loja de produtos orgânicos independentes está pautada no fato que *“a venda direta me permite criar círculos de amizade, eles conhecem, confiam, aprovam o produto porque sabem que tem qualidade e procedência”*. Esse fenômeno é explicitado por Perez-Cassarino (2013) que destacam o favorecimento das redes alimentares alternativas na potencialização de novas sociabilidades, no resgate de valores e princípios centrados na ética, confiança, reputação e solidariedade.



Figura 2 – Loja de produtos orgânicos independentes.

Outro fato apontado pelo proprietário da loja de produtos orgânicos independentes foi que *“a produção agroecológica demanda mais mão-de-obra que uma convencional, sem*

passar por atravessadores, transporte, consigo ter um preço justo em meus produtos que sejam bom para mim e mais acessível para os meus consumidores”. Fator este apontado por Darolt et al. (2016), que estudaram diversas formas de circuitos curtos de comercialização no Brasil e na França, e encontraram como características semelhantes a remuneração mais correta ao produtor e preços mais justos ao consumidor. Os autores ainda apontam como semelhanças nos circuitos curtos de comercialização o incentivo à produção local e a transição para sistemas de produção mais sustentáveis.

CONCLUSÕES

As experiências discutidas demonstraram a importância das redes alternativas de circuitos curtos de venda direta e loja de produtos orgânicos independentes quando associados com a produção de base ecológica no tocante às variáveis de sociabilidade, segurança alimentar, autonomia dos agricultores, preço justo, preservação e valorização da biodiversidade, o que contribui sobremaneira a favor da sustentabilidade. Portanto, estas modalidades de comercialização deveriam ser incentivadas por meio de políticas públicas eficientes, visto que estas modalidades ainda se encontram pouco difundidas no Brasil.

REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, E.; PELICIONI, M. C. F. Promoção da Saúde, Sustentabilidade e Agroecologia: uma discussão intersetorial. **Saude soc.**, São Paulo, v. 20, n. 3, p. 715-729, Sept. 2011. Doi: 10.1590/S0104-12902011000300016.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Trad. Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.
- CORRAL-VERDUGO, V. et al. **Ambientes positivos: ideando entornos sostenibles para el bienestar humano y la calidad ambiental**. México: Pearson Education, 2014.
- DAROLT, M. R. et al. Alternative food networks and new producer-consumer relations in France and in Brazil. **Ambient. soc.**, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 1-22, June 2016. doi:10.1590/1809-4422ASOC121132V1922016.
- DIAS, V. V. et al. The organic food market: a quantitative and qualitative overview of international publications. **Ambient. soc.**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 155-174, Mar. 2015. Doi:10.1590/1809-4422ASOC841V1812015en.
- GOODMAN, D. et al. **Alternative Food Networks: Knowledge, Practice, and Politics**. New York: Routledge, 308 p. 2012. Disponível em: <https://www.taylorfrancis.com/books/9781136641237>. Acesso em: 09 jul. 2018.
- MATTHIES, E. et al. The role of parental behaviour for the development of behaviour specific environmental norms - the example of recycling and re-use behaviour. **Journal Article**, v.32, n.1, p. 277-284. Doi: 10.1016/j.jenvp.2012.04.003.
- MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: Pesquisa Qualitativa em Saúde**. 13 ed. São Paulo: Hucitec, 2013.
- SANTOS, C. F. et al. A agroecologia como perspectiva de sustentabilidade na agricultura familiar. **Ambient. soc.** [online]. 2014, vol.17, n.2, pp.33-52. Doi:10.1590/S1414-753X2014000200004.
- SOUSA, R. P. Agroecologia e educação do campo: desafios da institucionalização no Brasil. **Educ. Soc.**, Campinas, v. 38, n. 140, p. 631-648, July 2017. Doi:10.1590/es0101-73302017180924.
- TORJUSEN, H. et al. Food system orientation and quality perception among consumers and producers of organic food in Hedmark County, Norway. **Food Quality and Preference**, v. 12, n. 3, p. 207-216, 2001. Disponível em: <://WOS:000167724700004 >. Acesso em: 10 jul. 2018
- WIER, M. et al. The character of demand in mature organic food markets: Great Britain and Denmark compared. **Food Policy**, v. 33, n. 5, p. 406-421, 2008. Disponível em: <://WOS:000259430700004 >. Acesso: 11 jul. 2018.