



O MERCADO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS DA AGRICULTURA FAMILIAR EM EMPRESAS ALIMENTARES E RESTAURANTES DE SANTA CRUZ DO SUL- RS- BRASIL

Maria Eduarda dos Santos Zambarda¹
Virginia Elisabeta Etges²

Resumo: O tema abordado neste artigo é o mercado de alimentos orgânicos da agricultura familiar junto a empresas alimentares e restaurantes de Santa Cruz do Sul e sua repercussão na formação de cadeias curtas de comercialização desses produtos. A abordagem teórico-metodológica está referenciada na obra do economista franco marroquino Hassan Zaoual (2006), intitulada Nova Economia das Iniciativas Locais - uma introdução ao pensamento pós-global, que traz a discussão dos Sítios Simbólicos de Pertencimento, entendidos como portadores de uma pluralidade de modos de coordenação (dádiva, solidariedade, reciprocidade, cooperação, socialização, aprendizagem recíproca), que preenchem a incompletude do mercado gerador de incerteza. A pesquisa delimitou-se à região de Santa Cruz do Sul, onde foram entrevistados proprietários de quatro restaurantes, localizados na área central da cidade, e um restaurante industrial que presta serviço de refeições terceirizadas, e quatro agricultores familiares que produzem e comercializam alimentos orgânicos na região. Os resultados evidenciam que a produção orgânica da agricultura familiar praticada na região se orienta nos princípios da Agroecologia e que esses produtos são identificados como diferenciais nos cardápios dos restaurantes, evidenciando perspectivas de ampliação da demanda por alimentos orgânicos na região.

Palavras-chave: Agroecologia. Agricultura Familiar. Cadeias Curtas. Sítios Simbólicos de Pertencimento. Desenvolvimento Regional.

THE ORGANIC FOOD MARKET OF FAMILY FARMING WITH FOOD COMPANIES AND RESTAURANTS IN SANTA CRUZ DO SUL- RS – BRAZIL

Abstract: The theme addressed in this article is the organic food market of Family farming with food companies and restaurants in Santa Cruz do Sul and its impact on the formation of short chains of commercialization of these products. The theoretical-methodological approach is referenced in the work of the French Moroccan economist Hassan Zaoual (2006), entitled New Economy of Local Initiatives – an introduction to post-global thinking, which brings the discussion of Symbolic Sites of Belonging, understood as bearers of a plurality of modes of coordination (gift, solidarity, reciprocity, cooperation, socialization, reciprocal learning), which fill the incompleteness of the market that generates uncertainty. The research was limited to the region of Santa Cruz do Sul, where owners of four restaurants, located in the central area of the city, and an industrial restaurant that provides outsourced meal

¹ Universidade de Santa Cruz do Sul - UNISC, PPG em Desenvolvimento Regional, Santa Cruz do Sul - RS, Brasil, e.mail: dudazambarda@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3111-0010>

² Universidade de Santa Cruz do Sul - UNISC, PPG em Desenvolvimento Regional, Santa Cruz do Sul - RS, Brasil, e.mail: etges@unisc.br, <https://orcid.org/0000-0002-6976-8363>

service, were interviewed, and four family farmers who produce and sell organic food in the region. The results show that the organic production of family farming practiced in the region is guided by the principles of Agroecology and that these products are identified as differentials in the menus of restaurants, evidencing prospects for expanding the demand for organic foods in the region.

Keywords: Agroecology. Family farming. Short Chains. Symbolic Sites of Belonging. Regional Development.

EL MERCADO DE ALIMENTOS ORGÁNICOS DE LA AGRICULTURA FAMILIAR EN EMPRESAS DE ALIMENTOS Y RESTAURANTES EN SANTA CRUZ DO SUL-RS-BRASIL

Resumen: El tema abordado en este artículo es el mercado de alimentos orgánicos de la agricultura familiar con empresas de alimentos y restaurantes en Santa Cruz do Sul y su impacto en la formación de cadenas cortas de comercialización de estos productos. El abordaje teórico-metodológico está referenciado en el trabajo del economista franco-marroquí Hassan Zaoual (2006), titulado Nueva Economía de las Iniciativas Locales - una introducción al pensamiento post-global, que trae la discusión de los Sitios Simbólicos de Pertenencia, entendidos como portadores de una pluralidad de modos de coordinación (donación, solidaridad, reciprocidad, cooperación, socialización, aprendizaje recíproco), que llenan la incompletud del mercado que genera incertidumbre. La investigación se limitó a la región de Santa Cruz do Sul, donde fueron entrevistados propietarios de cuatro restaurantes, ubicados en la zona central de la ciudad, y de un restaurante industrial que brinda servicio de alimentación tercerizado, y cuatro agricultores familiares que producen y venden alimentos orgánicos en la región. Los resultados muestran que la producción orgánica de la agricultura familiar practicada en la región está guiada por los principios de la Agroecología y que estos productos son identificados como diferenciales en los menús de los restaurantes, evidenciando perspectivas de expansión de la demanda de alimentos orgánicos en la región.

Palabras clave: Agroecología. Agricultura familiar. Cadenas Cortas. Sitios Simbólicos de Pertenencia. Desarrollo Regional.

Introdução

A agricultura na região de Santa Cruz do Sul é caracterizada pelo sistema integrado de produção de tabaco, em que o agricultor familiar não tem necessidade de sair da propriedade para comprar insumos e nem vender sua produção, o que aprofunda a dependência como o fator mais evidente na relação entre os produtores familiares e as indústrias transnacionais do tabaco.

Com a hegemonia desse sistema de produção também é possível perceber a dificuldade de possibilidades que viabilizem mercado para outros tipos de cultivos, como produção de alimentos orgânicos e agroecológicos, que necessitam de cadeias curtas e viáveis de comercialização, que visem o sustento da propriedade,

trazendo mais qualidade de vida e perspectivas de autonomia e de desenvolvimento aos agricultores familiares.

Nesse contexto, a produção orgânica vem sendo cada vez mais evidenciada como possibilidade de geração de renda para a agricultura familiar, desde que haja mercado para essa produção, que requer uma aproximação maior entre produtores e consumidores, por meio do esclarecimento e da conscientização dos benefícios que ambos poderão obter.

Isso requer a compreensão das particularidades desses mercados que priorizam o consumo de orgânicos da agricultura familiar, como possibilidade de incremento de cadeias curtas de comercialização dessa produção. Da mesma forma, é de grande relevância pesquisar como o incremento do consumo dos produtos orgânicos como alimentos em restaurantes, pode potencializar as formas de produção e de consumo, agregadas a outros significados e valores nos fluxos dos alimentos, na busca de qualidade de vida para todos.

Dessa forma, considerando as economias baseadas nos sítios simbólicos de pertencimento e as possibilidades quanto a novos mercados para a agricultura familiar no território, a questão que norteou esta pesquisa foi analisar como a demanda por produtos orgânicos da agricultura familiar por empresas de alimentação repercute na formação de cadeias curtas de comercialização desses produtos.

A abordagem teórico-metodológica está referenciada na obra do economista franco marroquino Hassan Zaoual (2006), intitulada *Nova Economia das Iniciativas Locais – uma introdução ao pensamento pós-global*, que traz a discussão dos sítios simbólicos de pertencimento, ainda pouco conhecida no Brasil.

O homem só se sente bem onde encontra seu lugar, seu sítio. Esse imperativo existencial não é atendido pelo mercado. Essa necessidade escapa das ciências racionais, notadamente à ciência econômica, que permanece dominada por valores utilitaristas, mercantis e instrumentais e não leva em consideração as múltiplas dimensões da existência humana: identidade, civismo, cidadania, ajuda mútua, solidariedade, qualidade de vida etc. Todos estes aspectos da vida cotidiana nos introduzem no universo do paradigma dos sítios simbólicos de pertencimento. [...] Esse universo produz uma grande diversidade nas práticas locais, como também sua sutileza. Tal universo põe em relação a cultura dos atores e seus comportamentos, e ao mesmo tempo, revela a grande relatividade de nossas categorias intelectuais. Diante desta constatação torna-se necessário ter humildade científica quanto a compreensão e aos tratamentos das situações dos humanos. (ZAOUAL, 2006, p. 16).

A agricultura orgânica com base agroecológica traz a importante perspectiva de desenvolvimento que traduz a diversidade local/regional, por meio da associação entre manejos alternativos sustentáveis e produtivamente viáveis, que fortalece a interação com a natureza no processo de produção, agrega valor aos produtos e promove qualidade de vida. Da mesma forma, fomenta as interações entre o rural e urbano, reconectando modos de vida diversos.

Nessa perspectiva de experiências locais de produção e comercialização de alimentos orgânicos de base agroecológica, novas formas de economia, não mais restritas ao comando do mercado capitalista, entram em cena.

Segundo Zaoual,

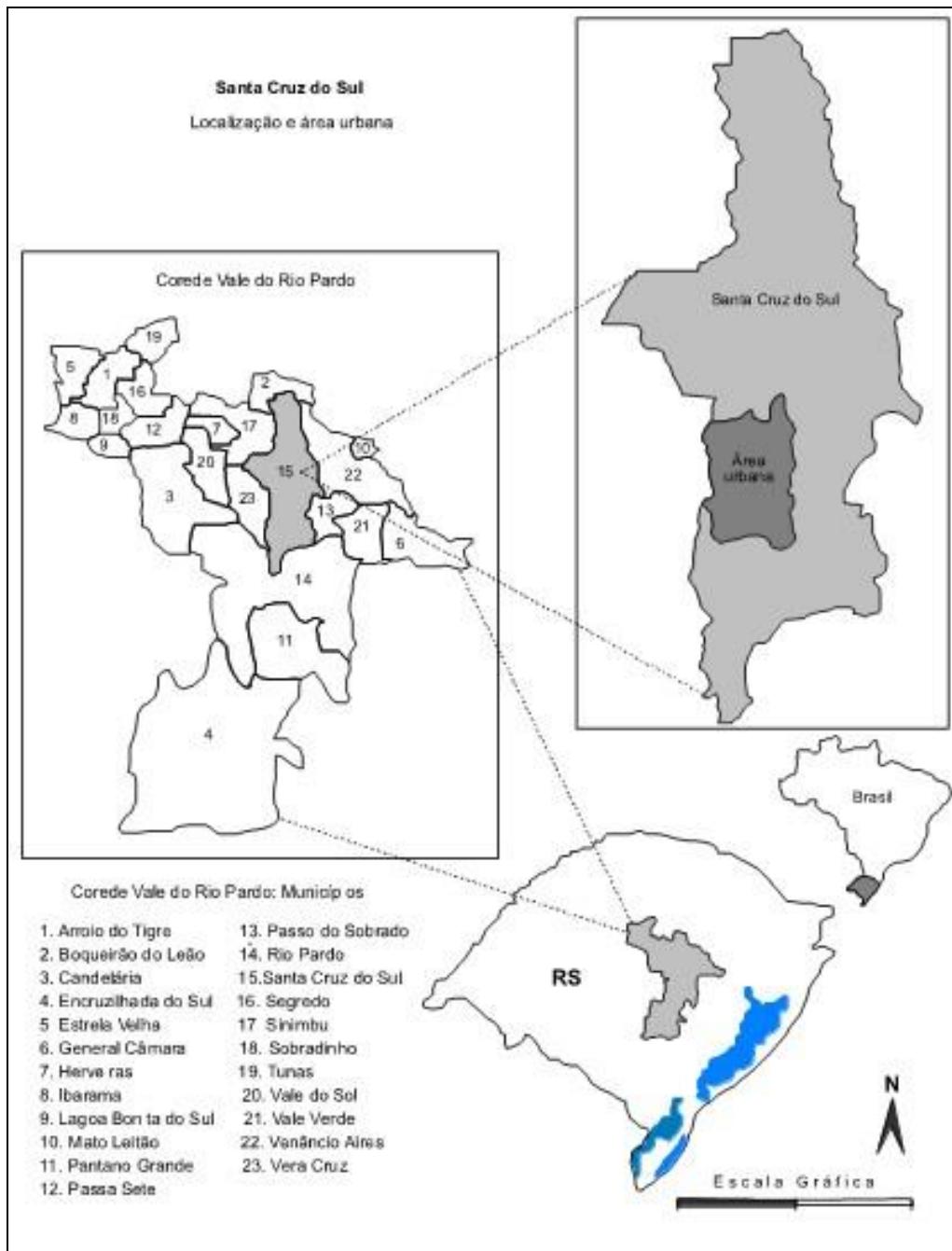
Mais intenso que o mecanismo do mercado, o sítio é portador de uma pluralidade de modos de coordenação (dádiva, solidariedade, reciprocidade, cooperação, socialização, aprendizagem recíproca etc.). Nesse sentido, ele preenche a *incompletude do mercado* gerador de incerteza. Concorrente em muitos casos, ele também desempenha o papel de um processo complementar ao capital e ao mercado. A experiência indica que essas duas categorias econômicas não podem pretender dar conta da totalidade do real. Para funcionar segundo sua própria lógica, elas devem compor com as particularidades dos meios investidos, assegurando o enraizamento das práticas econômicas como também sua verdadeira performance. [...] Nisso, apesar de sua coloração antropofilosófica a teoria do sítio parece ser mais pragmática que a *teoria pura* do mercado e do capital. Ao aceitar o que é considerado como impureza na ciência econômica, ela revela um *realismo econômico* da face humana.

Essa perspectiva de pesquisa adquire o caráter híbrido dos universos concretos nos quais evoluem os atores da vida econômica. Não é por acaso que as iniciativas locais, a coordenação, a proximidade, os territórios tornam-se importantes enigmas científicos, inclusive entre os economistas. (ZAOUAL, 2006, p. 18, grifo do autor).

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas com proprietários de quatro restaurantes presentes há mais de 20 anos, localizados na área central da cidade, e um restaurante industrial que presta serviço de refeições terceirizadas, principalmente às empresas do tabaco, localizadas no distrito industrial. Quanto aos produtores, foram entrevistados quatro agricultores familiares que produzem e comercializam alimentos orgânicos nos municípios de Santa Cruz do Sul, Venâncio Aires e Candelária, dos quais três são vinculados ao Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia - CAPA, ao Movimento dos Pequenos Agricultores - MPA e à Escola Família Agrícola de Santa Cruz do Sul - EFASC, e um,

que não tem vínculo direto com organizações de agricultores orgânicos, mas tem certificação de sua produção pela rede Ecovida de certificação participativa.

Figura 1 – Localização do Município de Santa Cruz do Sul



Fonte: Oliveira, 2017.

Os dados buscados através das entrevistas voltaram-se mais aos contextos em que os atores agem em suas decisões, tanto de produção e venda, quanto de compra dos alimentos. Zaoaul (2006, p. 25) refere como incontestável que as pesquisas nas ciências sociais e econômicas incluem abordagens mais flexíveis, prudentes e abertas, sobre a complexidade do mundo, o que se observa na

reaproximação das disciplinas, sendo “positivo na medida em que o que separamos no plano abstrato encontra-se misturado no plano concreto através dos comportamentos individuais e coletivos”.

Também foram coletados dados através de documentos obtidos junto a Associações de Produtores e Cooperativas de produtores orgânicos, bem como junto a instituições, organizações e empresas que têm vínculo com a agricultura orgânica, tanto na produção quanto na organização de mercados de consumo. Além disso, foram coletados dados secundários junto a Associação Comercial e Industrial, bem como em sites do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA, da Associação Brasileira de Agroecologia - ABA, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, entre outros.

A análise dos dados teve como referência os seguintes passos: a ordenação dos dados obtidos, a classificação dos mesmos e a análise em que foram estabelecidas articulações entre os dados e os referenciais teóricos da pesquisa, respondendo às questões da pesquisa e seus objetivos, promovendo relações entre o concreto e o abstrato, o geral e o particular, a teoria e a prática. (MINAYO, 1994).

Assim, além desta introdução, o artigo aborda a discussão sobre Agricultura e Agroecologia, seguido da apresentação e discussão dos resultados da pesquisa e das considerações finais.

Agricultura e Agroecologia

A modernização da agricultura, implantada a partir da década de 1950 no sul do país, não contemplou a diversidade de modos de vida dos povos que habitavam o território brasileiro à época, principalmente em suas imensas, vastas e diversas áreas rurais. A legitimação da “empresa rural”, mesmo mal definida, foi assumida como única forma de produção capaz de superar os limites históricos e consolidar o projeto da agricultura moderna de interesse da sociedade brasileira (WANDERLEY, 2003).

Algumas correntes, como agricultura orgânica, biológica, biodinâmica e natural, na prática propõem outros modos de semear, de cuidar e de colher, muito mais do que meros procedimentos técnicos para produzir alimentos e sim de harmonizar a produção, a conservação ambiental e a viabilidade econômica da agricultura,

propondo alternativas de engajamento entre os seres humanos e o meio social e natural (RUSCH; THEIS, 2015).

Nesse contexto, o Brasil vem apresentando avanços significativos. Segundo dados do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA, em 2012 havia no país cerca de 5,9 mil produtores orgânicos registrados; em março de 2019 eram 17,7 mil e em outubro de 2019, os dados mostram quase 20 mil produtores ativos, evidenciando o crescimento de mais 200% no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos. Mesmo com esse crescimento dos registros, o universo de produtores orgânicos pode ser ainda muito maior, pois antes do decreto entrar em vigor em 2007, dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE identificaram 90 mil produtores que se autodeclararam como orgânicos (MAPA, 2019).

Quanto às feiras orgânicas, dados do Censo Agropecuário de 2017 registraram 741 feiras orgânicas no Brasil, destas 182 nos três estados da região Sul. Além de 3,2 milhões de estabelecimentos que declararam não utilizar agrotóxicos e 68 mil que declararam praticar agricultura orgânica (IBGE, 2017).

Observa-se que, no contexto de novas formas de geração de renda no meio rural, a necessidade da diversificação e da produção de alimentos limpos de agrotóxicos vêm se evidenciando em vários movimentos de agricultores familiares, que buscam diversificar a produção, por meio de associações, cooperativas e feiras rurais, desenvolvendo todo um mercado local e regional.

Processos produtivos de base agroecológica e cadeias curtas de comercialização

Quando se fala da produção de alimentos, alguns têm consciência sobre a importância, mas poucos sabem de onde vem, como são produzidos, e o modo de vida de quem os produz. Da mesma forma, há pouco conhecimento sobre a dinâmica da indústria de alimentos global, sua relação com os produtores e com o meio ambiente, os conservantes químicos que são adicionados a esses “alimentos” e que viabilizam sua “conservação por anos”, muito menos sobre os danos causados à saúde dos consumidores.

De acordo com artigo da *Oxford Committee for Famine Relief* – OXFAM, Hora de Mudar (2018), as relações da indústria de alimentos global com agricultores se traduzem nos seguintes termos:

No tema “Agricultores”, concluímos que os esforços das empresas para apoiar os pequenos produtores são limitados e se resumem a comprar produtos com o selo *Fairtrade* e outras certificações, em vez de iniciativas diretas para garantir que os agricultores tenham rendas dignas, fortalecer seu poder de negociação ou avaliar o impacto do comércio sobre os direitos humanos dos agricultores. (OXFAM, 2018, p. 22).

Segundo Conterato et al. (2013, p. 8):

As pesquisas atualmente em curso sobre os mercados estão mostrando que há um processo sociológico que está na sua formação. Mercados não são apenas espaços de interação entre demanda e oferta, circunscritos às leis de formação da riqueza econômica, sua alocação e distribuição nas sociedades. Os mercados passam a ser percebidos e entendidos como espaços de interação social, formados através de sinais e relações que não são apenas materiais e tangíveis, mas fundamentalmente ativados mediante interações sociais, culturais e cognitivas.

Cadeias Curtas de Comercialização (CCC) indicam proximidade entre produtores e consumidores, caracterizadas por duas formas principais: a venda direta, quando o produtor entrega diretamente ao consumidor, e a indireta, quando a entrega é realizada por meio de um intermediário, que vai comercializar esse produto, podendo ser outro agricultor, cooperativa, associação, loja especializada, restaurante ou mercado local.

A proximidade geográfica e o aspecto social/relacional precisam estar ponderados nos processos de desenvolvimento local e na territorialização alimentar, para que o conceito cadeias curtas, assim como alimentação orgânica, não se tornem mais uma ferramenta dos mercados para obtenção de lucro, na medida em que um supermercado também poderia comprar diretamente do agricultor. Só essa denominação não garante uma comercialização justa, pois é necessário propor novos princípios de troca e relações de mercado entre produtores e consumidores (DARLOT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013).

Nesse sentido “é preciso construir estratégias de mercado compatíveis com as características da produção agroecológica, em sua diversidade, sazonalidade e capacidade de agregação em termos de volume de produção”. A redução da dependência dos mercados de insumos precisa estar associada a mercados que possam incorporar os princípios ecológicos, tanto na gestão dos sistemas agrícolas, como na estrutura de funcionamento das cadeias de distribuição destes alimentos. Um elemento importante é o desenvolvimento de mercados locais e regionais onde a participação e conhecimento dos agricultores e consumidores amplia a capacidade

de gestão e controle social sobre os processos de comercialização (SCHMITT; TYGEL, 2009, p. 122).

O desenvolvimento da lógica das CCC repercute na organização das propriedades, sendo que as práticas agrícolas, volume de produção e escolha dos cultivos devem adaptar-se às demandas dos consumidores, à disponibilidade de mão de obra familiar e à organização do trabalho (MUNDLER, 2008).

Assim, ainda nesse processo de transição os agricultores vão se adaptando às cadeias curtas de comercialização para atender à demanda dos consumidores em diversidade, quantidade, regularidade e qualidade dos produtos. Esta comercialização também tem sido implementada por meio de circuitos em rede que nos Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná vêm apresentando uma experiência exitosa, operacionalizada pela Rede Ecovida de Agroecologia, que tem favorecido a troca e circulação de produtos entre as regiões, atendendo a diversidade, mantendo a regularidade e qualidade dos produtos atestada por certificação participativa (DARLOT, LAMINE; BRANDEMBURG, 2013).

Ainda são muitos os desafios quanto a padronização, investimentos para operacionalização, logística e planejamento para atender a uma demanda em expansão por alimentos saudáveis e com qualidade (MAGNANTI, 2008). Mas nesse processo as CCC se tornam importantes aliadas na transição do pensamento quanto ao mercado a potencialidade de ampliação dessas práticas agrícolas de base agroecológica, como possibilidade real no cotidiano das famílias produtoras.

Quando se trata de estruturar a comercialização se trata também de organização da produção dos alimentos orgânicos para os mercados locais e suas possibilidades de ampliação, com a diversificação dos cultivos. Segundo a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural - EMATER/ASCAR – RS (2014), o município de Santa Cruz do Sul produz menos de 35% dos hortifrutigranjeiros que consome. Esse dado evidencia que a demanda não seria um fator limitante para a produção de alimentos orgânicos, o que remete à necessidade de aprofundar a análise do contexto envolvido no processo de produção e comercialização da produção orgânica no município e na região como um todo. (ESAU, 2019).

A transformação das relações de produção, distribuição e consumo dominantes no atual sistema agroalimentar, incorpora não só variáveis relacionadas a sustentabilidade ambiental dos sistemas produtivos, mas também valores éticos, sociais e culturais e princípios como justiça social, soberania alimentar,

reciprocidade, autonomia, respeito à diversidade cultural, entre outros. Na prática, do ponto de vista das relações sociais que permeiam a produção e consumo, são afirmados como dimensões-chave do processo de transição para uma agricultura de base ecológica (ARAÚJO et al., 2007 *apud* SCHIMITT; GUIMARÃES, 2008).

Segundo Medeiros e Marques:

Mais do que facilitar o acesso a assistência técnica para a produção, diferentes formas de organização de agricultores têm propiciado a inserção dos mesmos em mercados locais e regionais, contribuindo para o desenvolvimento de sistemas de cultivo de alimentos com base ecológica e decorrente do aumento na oferta desses produtos. Permanecer ou não produzindo sob sistemas de base ecológica, para os agricultores familiares, está fortemente relacionado à viabilidade de comercialização de seus produtos. Na maioria dos casos de desistência ou retorno para o sistema de produção convencional, a principal causa constatada é a dificuldade em manter níveis de renda adequados. (MEDEIROS; MARQUES, 2013, p. 115).

Para que essa viabilidade se amplie e se fortaleça como real possibilidade, é necessário ver as potencialidades de comercialização da produção, que pode expandir a agricultura orgânica e agroecológica, e trazer outras perspectivas relacionadas a uma forma de produção e comercialização que promova, além da geração de renda, a produção de alimentos de qualidade, tanto para a população rural, quanto a urbana no município.

As abordagens que caracterizam os circuitos curtos de comercialização, confirmam a prática vivenciada de que o fortalecimento de novos mercados locais, além de necessários, pode constituir-se em uma estratégia para ampliar as possibilidades de renda, e que evidenciam outros valores associados nas relações de produção e consumo (DARLOT et al., 2016).

A produção orgânica na região de Santa Cruz do Sul

Santa Cruz do Sul é conhecido como importante núcleo do Sistema de Produção Integrado do tabaco, na sua microrregião estão localizados os maiores municípios produtores, além de ser referência do Sul do Brasil no beneficiamento do tabaco, deixando nítida a identidade cultural e histórica, a partir da formação socioeconômica-territorial (BREITBACH, 2014).

Ao longo dos últimos anos, observa-se na região uma busca crescente por alternativas de produção, com ênfase na Agroecologia e na Produção Orgânica.

Nesse contexto, em 2013, surge a Articulação em Agroecologia do Vale do Rio Pardo (AAVRP), integrada por onze entidades: CAPA, Universidade Estadual do RS – (UERGS), EFASC, Escola Família Agrícola de Vale do Sol (EFASOL), MPA, EMATER, Comissão Pastoral da Terra (CPT), Centro de Referência em Saúde do Trabalhador da região dos Vales (CEREST), Associação dos Agricultores Ecológicos de Santa Cruz do Sul, Centro de Desenvolvimento do Jovem Rural (CEDEJOR) e Cooperativa Regional de Agricultores Familiares Ecologistas (ECOVALE).

Essas iniciativas, por sua vez, demandam um aporte científico oriundo de pesquisas que apontem para a geração de novos conhecimentos e tecnologias, norteados pelos princípios da Agroecologia e da Produção Orgânica, com destaque para as cadeias curtas de comercialização da produção. Da mesma forma, demandam um espaço que se torne referência na construção e socialização de conhecimentos e técnicas e sua disseminação entre agricultores familiares da região. (COSTA, 2019, p. 6).

A informação é um aspecto importante nesse processo de transição, tanto dos agricultores como técnicos, e um importante segmento é a formação técnica, graduação e pós-graduação com base em Agroecologia presentes nas instituições de ensino das EFAs e da UERGS.

Os territórios de produção orgânica da Agricultura Familiar colocam-se, assim, como antítese à lógica de *commoditização* da produção agrícola, sobretudo alimentar, integrando trabalho, produção e cultura regional pela diversidade produtiva como capacidade de preservação de banco genético e em oposição à artificialização e à mercantilização da natureza, vis a vis, as sementes transgênicas, os circuitos oligopsônicos e oligopólicos de comercialização dos produtos e de determinação de pacotes tecnológicos, que comprometem sobejamente a sustentabilidade dos ecossistemas em que estão inseridos (SOUZA; DIEGUES, 2012, p. 64)

Quando se trata da produção agrícola essas organizações vêm nos últimos anos apoiando e resgatando a soberania alimentar na região, vinculando a produção de alimentos orgânicos com resgate das sementes crioulas, trocas de experiências de manejos e saberes.

É relevante ressaltar as chamadas públicas de ATER, iniciadas em 2013, com projetos importantes de assistência técnica e extensão rural promovidas pelo extinto Ministério do Desenvolvimento Agrário - MDA, que contribuíram para expansão da

assistência técnica na região, além da EMATER. Esses projetos vinham sendo executados pelo Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia – CAPA, e por Cooperativas do Movimento dos Pequenos Agricultores - MPA, voltados à diversificação das propriedades, por meio de apoio técnico na produção de alimentos, tanto para a subsistência quanto para o mercado. Também atuavam na organização da comercialização dos alimentos em feiras e redes, bem como no auxílio para a obtenção da certificação dos orgânicos, através dos grupos da rede Ecovida. Entretanto, com a extinção do MDA e outras políticas do Governo Federal os recursos para essas ações vêm ficando cada vez mais escassos, com redução do número de municípios e famílias beneficiadas.

Mas, apesar de todos esses percalços, a diversificação de atividades na agricultura familiar com a produção orgânica vem ganhando adeptos, sendo uma opção para quem busca uma agricultura mais saudável e economicamente viável na região.

No Vale do Rio Pardo há 104 agricultores certificados como orgânicos junto ao Cadastro Nacional de Produção Orgânica (CNPO) (MAPA, 2017). Entretanto, no momento da pesquisa constavam somente 59 registros de produção certificada, entre cultivos e agroindústrias, resultando na falta de registro de 45 agricultores e 3 agroindústrias. A falta de atualização dos dados deve-se, segundo o núcleo EcoVale da rede Ecovida, às restrições impostas pela pandemia da Covid 19, que dificultaram a atualização de dados no sistema de certificação ao longo de 2020.

A comercialização dos alimentos orgânicos produzidos por esses agricultores ocorre de forma direta em cadeias curtas, principalmente em feiras de comercialização, “algumas exclusivamente orgânicas, outras mistas com a presença crescente de alimentos orgânicos” (COSTA, 2019, p. 206). No Vale do Rio Pardo ocorrem no total 13 feiras, distribuídas em oito municípios: Santa Cruz do Sul (5), Venâncio Aires (1), Cachoeira do Sul (2), Passo do Sobrado (1); Vale Verde (1); Rio Pardo (1) e Vera Cruz (1).

Apesar das feiras, alguns agricultores também comercializam de forma direta com entregas de produtos em domicílio, através de grupos em redes sociais para divulgação e contatos via *whatsapp* para compra, tornando estas uma das principais formas de manter as vendas sem desperdício de alimentos em decorrência da redução da demanda, com as restrições em feiras durante a pandemia.

Outras formas são as vendas em pontos de comercialização, como em mercados e restaurantes da região, entrega para cooperativas que comercializam para o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE).

O sentido de pertencimento está presente na tentativa de criação de uma melhor qualidade de vida, em uma região dominada historicamente pelas transnacionais do tabaco, que transforma a cultura, o cotidiano e a vida dos agricultores familiares a partir de uma forma única de produzir e de compreender a realidade, a serviço de comandos externos, globais.

Os agricultores que estão em outras atividades, como a produção e comercialização de alimentos orgânicos, buscam superar o modelo único e fazer diferente, para melhorar a saúde, a relação com meio ambiente e a qualidade de vida, processo em que a questão econômica é importante, mas não é o principal motivo dessa transição.

A Certificação Participativa (OPAC) faz a diferença para o acesso a maiores possibilidades de comercialização dos alimentos orgânicos produzidos pela agricultura familiar, uma vez que a maioria não tem condições de pagar pela certificação por auditoria, ainda mais quando se trata de processos de transição, em que os custos precisam ser minimizados. A relevância da certificação participativa fica evidente nos dados da região do VRP, onde mais de 80% das famílias produtoras de orgânicos são certificadas por OPAC/OCS. Nesse contexto destaca-se a atuação rede Ecovida como certificadora, inclusive dos quatro agricultores entrevistados nesta pesquisa.

Mas além da certificação e suas normas de regularização, esses grupos promovem a interação entre os agricultores nas reuniões, incentivando a troca de saberes, dificuldades e aprendizados, gerando afinidades e fortalecendo a organização da produção e as formas de comercialização a partir das experiências compartilhadas

O Mercado de Alimentos Orgânicos da Agricultura Familiar em Empresas Alimentares e Restaurantes de Santa Cruz do Sul

Os dados obtidos na pesquisa foram analisados com base nos princípios da Agroecologia e no entendimento de Sítios Simbólicos de Pertencimento, visando

compreender os contextos nos quais os agentes tomam decisões, tanto na produção quanto na comercialização, as principais motivações que os levam a outras formas de fazer agricultura, como o caso da produção de alimentos orgânicos, e quais motivos levam, ou não, os proprietários de restaurantes a buscarem alimentos orgânicos produzidos na região. Buscou-se, assim, compreender o conjunto de valores que estão presentes nestas relações que estão se formando, e que podem ser ampliadas, garantindo a fluidez nessas trocas nas cadeias curtas de comercialização.

Algumas categorias são importantes para a compreensão de como esses aspectos podem, ou não, estar presentes nas ações dos atores envolvidos nas iniciativas locais, onde a proximidade possibilita a reciprocidade, gerando relações de confiança e participação ativa do *homo sítus* nas relações que permeiam a produção e o consumo e os valores associados a essas trocas. Além destas, observa-se aspectos como a diversidade cultural, a autonomia, a organização, a consciência na busca de qualidade de vida, que podem remeter ao agente social situado, em que aspectos sociais e culturais são fundamentais na construção de possibilidades de transformação para um desenvolvimento rural sustentável.

Com relação à demanda observou-se aspectos como as motivações que levam os proprietários de restaurantes a consumir, ou não, produtos orgânicos. Para melhor compreensão da oferta disponível é importante caracterizar as propriedades das famílias dos agricultores entrevistados que produzem e comercializam orgânicos na região, conforme o Quadro 1.

Quadro 1 - Caracterização da propriedade e do grupo familiar dos agricultores entrevistados

Famílias Características	AF1	AF2	AF3	AF4
Município que reside	Santa Cruz do Sul	Candelária	Venâncio Aires	Santa Cruz do Sul
Há quanto tempo reside na propriedade	47 anos	35 anos	22 anos, desde o nascimento	43 anos, desde o nascimento
Integrantes do grupo familiar e respectiva idade	Entrevistado - 47 Pai - 74 Mãe - 70 Irmão - 49	Entrevistado - 66 Esposa - 42 Filho - 20	Entrevistada - 22 Pai - 41 Mãe - 42 Irmã - 10	Entrevistada - 43 Filho - 13
Quantos trabalham na agricultura	Todos	Todos	Pais e a agricultora entrevistada	Somente a agricultora entrevistada

Área total da propriedade	24ha	24,3ha	20ha	4ha
Área cultivada	10,5ha	10ha	4ha	3ha
Área cultivada com produção orgânica	5,5ha	10ha	1ha	3ha
Há quanto tempo produz de forma orgânica	28 anos e há 6 anos tem certificação.	35 anos, desde sempre na propriedade atual	Algumas hortaliças sempre orgânicas. Certificação desde 2016.	Faz bastante tempo, mas totalmente orgânico há 3 anos.
Qual a forma de certificação	Participativa rede Ecovida	Participativa rede Ecovida	Participativa rede Ecovida	Participativa rede Ecovida
Quais alimentos	Banana, laranja, bergamota, alho, abacate e chuchu.	Feijão e farinha de milho.	Hortaliças e frutíferas.	Desde verduras a frutas. O que consome em casa vai para feira.

Fonte: Elaborada pelas autoras

Entre as características comuns da agricultura familiar da região, como pequenas propriedades com áreas de preservação, mão de obra familiar, a produção orgânica se apresenta de forma diversificada, observando as questões ambientais, a organização do trabalho, o saber produzir e as possibilidades de comercialização destes alimentos, de acordo com a realidade de cada família.

Com relação à participação na renda obtida com a comercialização de orgânicos o AF1 e AF2 relatam que “Sim, só produzem orgânicos”, já o AF1 relata outras fontes de renda familiar: “Eu sim, pois só eu trabalho com orgânicos, já os outros integrantes da família cultivam tabaco, e meus pais são aposentados”. A AF3 relata que a renda familiar principal é com a produção de tabaco, e que atualmente está afastada das atividades para estudar, mas afirma que “nada impede que um dia volte à propriedade para fazer da produção de orgânicos uma das principais rendas.”

Questionados quanto a origem dos insumos usados todos os agricultores entrevistados afirmam produzi-los na propriedade. Alguns, quando não têm insumos disponíveis na propriedade, buscam fora. Conforme relatos a seguir é possível perceber a diversidade dos insumos necessários, de acordo com os cultivos realizados e os períodos do ano. “Praticamente todos os insumos são produzidos na propriedade, adubos orgânicos com dejetos de animais e compostagem, biofertilizantes, repelentes, protetores e iscas de moscas.” (AF1); “Insumos, esterco de animais da propriedade mais o composto da Ecocitrus, e pó de rocha” (AF2).

Outra evidência é a compreensão dos ciclos e do uso dos recursos disponíveis na propriedade para produção e a utilização dos insumos necessários, evitando desperdícios na busca da conservação da saúde do solo e dos cultivos, o que evidencia princípios da agroecologia, na busca pelo equilíbrio entre o meio e a produção agrícola.

Quanto a assistência técnica as respostas variam conforme a compreensão de cada entrevistado, mas organizações como CAPA, EMATER e MPA são citadas, assim como a contribuição por meio de trocas de informações nos grupos de certificação participativa da rede Ecovida, da qual todos fazem parte, ainda que em grupos diferentes. A falta de assistência técnica contínua, conforme as adversidades da produção, também é um fator relatado. “Pouca da EMATER, do grupo praticamente nada, pois meus cultivos são diferentes dos da maioria, algumas informações busco fora, mas assistência de entidade de governo ou outras quase nenhuma diferença” (AF1).

Assistência técnica normalmente vou atrás usando o celular como primeira ferramenta, tranca às vezes de tanto pdf, sempre lendo, vendo, estudando e analisando, testando para ver se a informação “dá certo” na produção e se não “dá certo”, busco outra forma. Como tenho caderno de campo anoto tudo para ver se deu resultado ou não (AF4).

A comercialização é muito relevante quando se trata da permanência, ou não, do agricultor na produção orgânica, e nos relatos identifica-se as cadeias curtas de comercialização que já ocorrem na região através da venda direta em feiras orgânicas, algumas cooperativas, mercados locais e supermercados. Quanto a vantagens, as respostas dos três agricultores que comercializam na feira foi a possibilidade de contato direto com os compradores, as relações de confiança, as trocas de informações, o preço e o pagamento à vista, e em alguns casos o vínculo vai além, como relata a agricultora:

A vantagem é contato direto com os clientes, que às vezes pedem algum alimento, se não tenho, anoto no caderno e pesquiso às vezes na frente do cliente quando não sei o que é, vejo com os outros agricultores se eles têm e já dou uma resposta imediata. Tem um vínculo, já fui para o centro conhecer o apartamento da família, se dizem que gostam de alguma coisa que ela não tem, planta pensando na pessoa (AF4).

Quando se trata das dificuldades de comercialização relatadas nas feiras orgânicas, destaca-se a incerteza da demanda de uma semana para outra que

dificulta a organização e planejamento de produção. “A dificuldade da feira é a instabilidade, pois se leva uma quantidade de alimentos que nem sempre consegue comercializar todos, então precisa de um plano “b” para comercializar esses alimentos em outros lugares, na própria comunidade, uma feira nunca é igual a outra.” (AF3) Outro aspecto interessante é a adaptação dos agricultores a esse tipo de comércio e as observações sobre as demandas existentes nesse espaço para ir superando as dificuldades; “Logo no início, me senti ignorada por alguns consumidores em relação as outras bancas, mas por não conhecer as pessoas. Mas agora não sinto mais isso, só uma questão de plantar o que procuram, por exemplo, não tinha mandioca, mas agora plantei.” (AF4) Um agricultor se referiu a dificuldades de outras formas de comércio como alguns mercados e cooperativas “apesar de se vender bastante coisa às vezes demora para receber, como não tem capital de giro, isso fica retido” (AF1).

Outro agricultor que comercializa sua produção principalmente em rede, através da cooperativa EcoVale, em que a cooperativa busca e distribui a produção na região em cadeias curtas, relata: “Eles buscam a produção e distribuem, o que é vantagem pois não preciso sair de casa. A única dificuldade no começo, antes de surgir o CAPA e a EcoVale, era que vendiam a produção orgânica como convencional” (AF2).

Estes dados confirmam algumas características da agricultura familiar da região, como a posse de terra e dos meios de produção, a organização do trabalho, a gestão das propriedades com famílias cada vez menores e pouca mão de obra disponível, e ainda assim conseguem atender os desafios da produção, que são ainda maiores quando se trata da produção e comercialização de orgânicos em um território historicamente hegemonizado pela produção do tabaco.

Algumas informações sobre comercialização dos alimentos, local de venda, os mais vendidos e quantidades comercializadas, revelam que as feiras são as principais formas de comercialização para três dos quatro entrevistados. “Na feira, a maioria era hortaliças e frutas, quando fazia feira todas as semanas, era mais ou menos 15 molhos cenoura, beterraba, 10 alfaces, couve-flor, repolhos, as laranjas quantidade maior uns 30kg, 10kg de banana, mas variava muito de feira para feira” (AF3).

Já o AF2 comercializa a produção principalmente por rede, através do CAPA e EcoVale, que buscam e redistribuem os produtos. Entre os locais que entregam está

o restaurante industrial que serve alimentos de forma terceirizada. Mas a venda direta na comunidade também é relevante para o agricultor.

Feijão e farinha de milho. Pelo CAPA, preço negociado nas reuniões do conselho com EcoVale, e compensa, pois, eles não conseguem produzir o tanto que a cooperativa precisa. As quantidades dependem da colheita, pois ano passado a seca diminuiu a produção, mas entregam em torno de 30 a 40 sacos de feijão, mas já chegaram a colher 100 sacos de feijão, e farinha de milho, frutíferas citrus. Entre a vizinhança a farinha de milho é mais comercializada a partir de encomenda (AF2).

Na busca por dados quanto a relação de comercialização para restaurantes e como chegaram a esta forma de comércio, há relatos de três dos agricultores entrevistados, sendo que o AF1 e a AF4 têm relação direta com esses compradores e AF2, indireta, através da rede de comercialização. Como afirma o AF2, “São comercializados através do Capa e EcoVale, eles compram e distribuem, alguma quantidade é vendida para restaurantes e o restaurante industrial, mas eu não tenho contato direto com esses mercados” (AF2). Outras formas de comercialização indireta através da Cooperativa, além do acesso para restaurantes, são direcionadas ao PAA e ao PNAE. Esses mercados se mostram relevantes na trajetória, como experiência de relações de comércio, ampliando as possibilidades de acesso a variados mercados, identificando os melhores, conforme a realidade da demanda, com a produção e a valorização da oferta.

Já tenho lugares engatilhados, outras empresas que abriram, restaurantes e mercados que já comercializava antes aqui da região, só não fui atrás por não ter tanta produção (AF4).

Nesses mercados o vínculo é informal, com relações de confiança e parceria. Questionados sobre as vantagens e desvantagens na comercialização local em restaurantes, comparados a outros mercados, o AF1 relata como desvantagem o preço pago, quando comparado a outros locais de venda direta, mas a vantagem é a possibilidade de não desperdiçar a venda de alguns alimentos que não estão no padrão de aparência, pois a sazonalidade da produção às vezes altera a aparência, mas não afeta a qualidade dos produtos.

Já a AF2 relata como vantagem, a segurança da compra garantida da produção por encomenda e a forma de pagamento imediato. A garantia de compra é um dos principais questionamentos e entraves do agricultor quando se trata principalmente da transição da produção convencional para a orgânica,

principalmente em um território onde a agricultura é marcada pela produção integrada do tabaco, em que as empresas “garantem” a compra da produção.

Quando questionados sobre o planejamento da produção/ampliação conforme a demanda dos restaurantes, os dados revelam os limites e as projeções dos agricultores quanto a realidade, em que além da falta de mão de obra familiar se constituir num limite para ampliação, também há falta de interesse dos outros agricultores em produzir orgânicos, como relata o AF2: “Toda a reunião do conselho é pedido para aumentar, mas a mão de obra da família não alcança e a vizinhança não tem muito interesse, pois cultivam só tabaco”.

A partir destes dados é possível compreender algumas características da produção familiar de orgânicos na região, como se organizam para a produção e a comercialização de orgânicos em cadeias curtas e como estes alimentos estão sendo ofertados na região. O que remete à compreensão de como a demanda dos restaurantes pela produção orgânica se configura no território e quais suas perspectivas quanto ao abastecimento através da agricultura familiar da região.

A escolha dos restaurantes foi realizada a partir de alguns critérios. O principal critério na escolha dos quatro restaurantes entrevistados foi o fato de servirem buffet a quilo, que somam 25 no total. Além deste, os demais critérios usados foram o renome (os mais conhecidos) e o tempo de atuação na cidade. O restaurante industrial foi escolhido por priorizar a compra de alimentos orgânicos, através da iniciativa de uma empresa cliente que prioriza orgânicos no cardápio. O Quadro 2 apresenta as características dos restaurantes escolhidos, identificados como R1, R2, R3 e R4, os restaurantes que servem a quilo, e o R5, o restaurante industrial que presta serviços de refeições a outras empresas.

Quadro 2 - Caracterização dos restaurantes

Restaurantes Características	R1	R2	R3	R4	R5
Ano de início da empresa	1965	1979	1989	1995	1992
A empresa é familiar	Sim	Sim, na quarta geração de proprietários.	Sim	Sim	Sim
Proprietários são de Santa Cruz do Sul	Sim	Os atuais vieram da Serra Gaúcha	Sim	Santa Rosa, região noroeste do estado.	Sim
Quantas refeições em média por dia	80 antes; 15 durante a	400 antes; 250 durante a pandemia.	400 antes; 180 durante a pandemia.	500 antes; 150 durante a pandemia.	30.000 antes; 20.000 durante a pandemia.

(antes e durante a pandemia)	pandemia.				
Origem dos alimentos demandados	AF 70% ORG 20% CEASA 10%	AF 50% ORG 10% CEASA 50%	AF 50% ORG 2% CEASA/OUTROS 50%	AF 80% ORG 20% CEASA 20%	AF 20% ORG 7% CEASA/OUTROS 80%

Fonte: Elaborado pelas autoras

Entre as características dos restaurantes, não considerando o industrial (R5), ao menos 50% da demanda de alimentos é suprida pela agricultura familiar da região (AF), e todos incluem algum percentual de orgânicos em seus cardápios, principalmente os alimentos consumidos *in natura*.

Quanto a aceitação das frutas, verduras e legumes oferecidos no cardápio todos relatam que são bem aceitos. Com exceção do restaurante industrial, que trabalha com contrato fechado sobre quantidades e variedades, os outros proprietários relatam que investem na variedade de saladas e são elogiados quanto a isso. Já quanto a origem destes alimentos e se são orgânicos, poucos clientes questionam, como fica claro na resposta da proprietária do R1". Os clientes sempre elogiam legumes e verduras, as saladas são 'carro chefe' do restaurante, mas só alguns perguntam a origem."

Dos critérios de escolha dos fornecedores dos alimentos *in natura* servidos, como saladas e frutas, o primeiro é a qualidade do produto, que deve estar fresco e, o segundo, (R2 e R3) se refere ao preço. Mas outros fatores como maneira de armazenamento, transporte e cuidado são importantes para escolha dos fornecedores.

A proprietária do R4 relata também mudanças no fornecimento destes alimentos com a pandemia: "Compramos em muitos fornecedores, antes meu genro ia até a CEASA pegar a maioria, mas por conta da pandemia não foi mais. Hoje compramos a maioria na feira rural da prefeitura, de caminhão, que algumas pessoas vêm entregar, da CEASA tem um que traz direto de lá".

A maioria dos alimentos demandados nos restaurantes (que não são orgânicos) também são supridos pela agricultura familiar, assim como boa parte dos consumidos *in natura*. Mesmo a maioria não sendo orgânicos, fica evidente a participação da produção familiar no abastecimento de alimentos em diferentes cadeias curtas na região.

Quanto ao acesso a esses fornecedores, R2, R3 e R4 convergem nas respostas quando falam de agricultores que oferecem seus produtos nos restaurantes, alguns há mais de 20 anos, e outros que vêm por indicação de funcionários ou clientes. A proprietária do R1 menciona a preferência em buscar nas feiras e diz que os clientes reconhecem a diferença no sabor.

A maioria dos alimentos vem da agricultura familiar e feiras rurais, duas vezes por semana na feira da prefeitura e no Bairro Santo Inácio. Sempre tivemos preferência pelas feiras, fazemos isso há muitos anos e tem reconhecimento dos clientes pela qualidade das saladas e sabor diferenciado (R1).

Outro fator importante na escolha dos fornecedores é a logística, citado pelo proprietário do R5, mais uma vantagem dos circuitos curtos de comercialização também para esses consumidores.

Os fornecedores da agricultura familiar foram buscados como iniciativa de uma empresa cliente e a partir dessa iniciativa, sempre que possível os alimentos oferecidos são da agricultura familiar da região, além das questões de qualidade, a logística diminui o custo dos alimentos pois não vêm de longe (R5).

Nas relações com os fornecedores para abastecimento, conforme o Quadro 3, os acordos de logística, preço e pagamento são definidos em conversas entre eles, não há contrato formal, todos afirmam relações de confiança e parceria. Mas a satisfação e amizade são sentimentos presentes nessas relações, como afirmam dois proprietários. R5 afirma que a relação com os fornecedores locais vem sendo de “satisfação e confiança, através de conversa com os fornecedores para definição de preços e entregas;” e o R2 destaca “a relação de confiança, mantendo a qualidade e atendendo a demanda, mas vai além de confiança em negociar, há também relação de amizade”.

Quadro 3 - Relações com os fornecedores para abastecimento dos restaurantes

Restaurantes	R1	R2	R3	R4	R5
Relações com fornecedores					
Frequência de abastecimento	3 x/semana	3 a 4 x/semana	3 x/semana	3 x/semana	1 x/semana
Recebem/buscam os alimentos	Busca na feira e recebe	Recebe	Recebe	Busca na feira e recebe.	Recebe
Formas de pagamento	À vista.	À vista, ou semanal.	À vista.	À vista, ou quinzenal.	À vista, ou semanal.
Forma de acordar os preços	Definidos pelos	Individual com cada	Individual com cada	Individual com cada	Tem como referência os

	fornecedores.	fornecedor.	fornecedor.	fornecedor e na feira onde é definido pelos AF	preços da CEASA/RS.
Há contrato formal	Não	Não	Não	Não	Não

Fonte: elaborado pelas autoras

A demanda destes restaurantes e a diversidade de alimentos *in natura* disponibilizados no cardápio pode influenciar também nas relações com os fornecedores, sobre como definem o cardápio e se há variação, conforme a sazonalidade dos produtos ofertados.

Todos afirmam que conseguem manter um cardápio base e que alguns produtos são indispensáveis, e quando não são ofertados pelos agricultores da região, ou não estão disponíveis o ano todo, compram de fornecedores de fora, como afirma o proprietário R2: “muitos produtos os fornecedores conseguem manter a entrega, alguns não, como por exemplo abacaxi que não é produzido localmente por agricultores, os demais são praticamente todos produzidos pela agricultura familiar da região”. A proprietária do R1 que também compra na feira, afirma que o cardápio varia com o que disponibilizam: “servimos praticamente as verduras, legumes e frutas de época”. O R5, que tem uma realidade diversa dos demais, por prestar serviços a outras empresas, afirma:

O cardápio é definido no contrato, como quantidades, tipos e porções dos alimentos a serem oferecidos, alguns alimentos podem ser trocados conforme a disponibilidade, mas alguns são preferenciais como alface e tomate, que sempre tem que ter disponível no cardápio, não tem sazonalidade de consumo (R5).

Nas questões relacionadas à produção orgânica, os proprietários dos restaurantes apontam alguns aspectos importantes, ressaltando que o atendimento da preferência dos clientes pelos orgânicos está condicionado à oferta desses produtos pelos produtores, o que também repercute no preço dos mesmos, aspecto mencionado por dois proprietários, que ligam esse fato à necessidade de ampliar a produção de orgânicos.

Vejo a dificuldade no fornecimento, da disponibilidade desses produtos no mercado, pela dificuldade de produção, os agricultores acabam não indo para esse lado, e a questão do preço impacta bastante nesse processo. Os fatores principais sendo a produção e o preço para comércio (R2).

O proprietário do restaurante industrial R5 afirma a preferência por orgânicos, pelo valor nutricional e a qualidade, mas a dificuldade é que os preços por refeição

são fixos, e não se tem muito diálogo a respeito com as empresas que contratam os serviços de alimentação. Aponta também a falta de consciência dos consumidores finais sobre os benefícios dos alimentos orgânicos à saúde e o fato de serem da agricultura familiar da região.

A proprietária do R4 também evidencia a falta de procura dos clientes por orgânicos, outro fator que pode influenciar na demanda destes alimentos por restaurantes.

Muito se fala de produtos orgânicos, sobre os benefícios à saúde, mas acha que em Santa Cruz não existe uma procura tão grande de produtos orgânicos e nem uma oferta de produtos orgânicos, acabam se tornando produtos mais caros, pela falta de competitividade, não tem muita gente vendendo (R4).

Já em contrapartida o proprietário do R2 acredita que a vantagem em oferecer orgânicos também poderia influenciar novos clientes. “Vantagem de ter orgânicos, ter mais qualidade nos alimentos disponibilizados poderia agregar outra gama de clientes mais preocupados com a saúde, mesmo não sabendo dizer quanto significaria, mas pode ser que agregaria em alguma coisa a mais”.

As proprietárias do R1 e R4, que compram nas feiras, evidenciam a preferência por orgânicos e apontam as dificuldades. “A alface prefiro orgânica, vou às vezes na feira orgânica do Bairro Santo Inácio. No orgânico não é colocado veneno, já é mais natural. A dificuldade é que nem sempre se consegue tudo orgânico” (R4).

O acesso ou não aos orgânicos pode também estar relacionado ao quanto os proprietários conhecem sobre a produção de alimentos orgânicos pela agricultura familiar na região. Quanto a origem dos produtos orgânicos, os proprietários de restaurantes foram questionados se conhecem agricultores que produzem e se os produtos são certificados como orgânicos. As respostas são variadas, duas proprietárias afirmam que conhecem através da feira. “Só da feira do Santo Inácio, mas a certificação é por confiança, por saber que a feira é de orgânicos, não peço certificado nem questiono” (R4).

Mas há diferenças quanto a percepção sobre o acesso a esses alimentos entre os proprietários. Alguns buscam comprá-los nas feiras ou instituições parceiras, outros recebem os produtos diretamente dos agricultores nos restaurantes. Para estes o selo de certificação é importante.

Recebo poucos orgânicos, acho que nem 10% dos produtos são 100% orgânicos, pois tem dificuldades de conhecer as pessoas que produzem, ver os produtos, de ver como esses produtos chegam até

o restaurante. Não sei se não conseguem produzir quantidades para atender os restaurantes, ou deixam a produção mais direcionada à feira ou outro comércio. Quanto a certificação dos produtos oferecidos no restaurante, acho interessante ter selo de certificação, por ter uma melhor garantia de que produto é orgânico, e poder passar isso para o cliente com maior certeza. (R2).

Entre as adversidades apresentadas nas relações, quando questionados se acreditam que a produção de alimentos da agricultura familiar da região pode suprir uma maior diversidade de alimentos como fornecedores dos restaurantes, todos responderam que sim. Acreditam que alguns podem ser oferecidos em maior escala de produção, mas algumas ressalvas importantes quanto à necessidade de estrutura mais adequada para a produção foram abordadas pelos proprietários R3 e R4.

Acho que para isso acontecer teria que haver uma mudança de pensamento do agricultor da região, que acaba focando em determinados produtos e nem sequer procurar saber de outros. Outra saída para que se tenha essa variedade seria o poder público, ou grandes entidades apoiar e investir nesses agricultores que procuram por novos produtos, até mesmo incentivar os jovens a se interessarem por tal (R3).

Hoje em dia ainda não falta frutas, cenoura que tem de pegar da CEASA, mas quando produz aqui pegam aqui, como brócolis híbrido, couve-flor, atualmente não conseguem tudo daqui. Quem sabe se produzissem em estufas, teriam disponível o ano todo os alimentos e ampliar se tivessem mais estrutura poderiam suprir a demanda (R4).

Quanto aos alimentos que identificam como da região de Santa Cruz do Sul as respostas variaram. A proprietária do R1 identifica “vários, entre estes alface, rúcula, brócolis, couve-flor, abobrinha, couve, batata doce, cenoura, tomate, pimentão, pepino, vagem;” a proprietária do R2 identifica “a batata baroa, ou mandioquinha que vem de fora, mas acha que podiam produzir que ninguém produz, além dos outros alimentos citados que se tivessem estufas conseguiram suprir”.

Evidencia-se pelas colocações dos proprietários de restaurantes que haveria demanda para maior volume e diversidade de produtos orgânicos, mas para tanto seria necessário aperfeiçoar os processos produtivos e investir em tecnologias adequadas às necessidades dos produtores familiares.

Considerações Finais

Quando se trata de agricultura familiar orgânica é necessário caracterizar as interações presentes entre os atores, desde a consciência do agricultor aos valores envolvidos na comercialização dos produtos.

Nesse sentido, observa-se que a produção orgânica da agricultura familiar praticada na região se orienta nos princípios da Agroecologia, tanto na forma de produzir quanto nas relações com a natureza, disseminando o saber-fazer e a participação em grupos de certificação e de comercialização da produção.

Quanto à demanda dos restaurantes e da empresa alimentar, ficou evidente o interesse em ofertar nos cardápios mais alimentos orgânicos produzidos pela agricultura familiar da região, mesmo que a maioria dos clientes não questione a origem dos alimentos ofertados. Aspectos ligados à saúde, nutrição e melhor qualidade destes alimentos são mencionados como diferenciais, o que pode atrair outros clientes, aspectos em que o selo de certificação foi citado como importante. Mas acreditam que é necessário infraestrutura mais adequada no processo produtivo para que os agricultores consigam suprir a demanda, com maior quantidade e variedade de orgânicos para ofertar.

Quanto às dinâmicas de organização com os fornecedores dos alimentos orgânicos, observa-se que já existe uma relação de confiança entre os restaurantes e os agricultores que fornecem os produtos. Esta relação foi estreitada em decorrência da pandemia que interrompeu as buscas de alimentos na CEASA em Porto Alegre, como era de costume, o que levou ao aumento da demanda por alimentos de fornecedores locais e regionais, ressaltando, dessa forma, a importância das cadeias curtas de comercialização de alimentos para o abastecimento local, crise que o mercado convencional, composto de atravessadores, muitos intermediários e longas distâncias entre produtor e consumidor, não conseguiu atender.

Quanto aos alimentos orgânicos que já fazem parte do cardápio dos restaurantes, evidenciou-se a importância das feiras orgânicas que fornecem esses produtos. Observou-se a compreensão destes quanto a sazonalidade de alguns alimentos, levando-os a adaptar os cardápios com o que estava disponível. Já o restaurante industrial que fornece refeições a outras empresas e que atende à demanda de uma em particular que prioriza os alimentos orgânicos, os produtos são adquiridos por meio da rede fornecedora, em parceria com o CAPA e Cooperativas de agricultores familiares da região como fornecedores.

A partir destas práticas já existentes se percebe a capacidade de organização destes agricultores junto as instituições que fazem parte da Articulação da Agroecologia do Vale do Rio Pardo, com as quais convergem, ao propor a produção

de alimentos orgânicos como possibilidade de geração de renda e de qualidade de vida entre agricultores familiares da região, por meio de novas interações também nas formas comercialização destes produtos, o que fortalece as relações, mesmo entre os que residem em localidades distintas.

Não só os agricultores, mas a presença ativa deles nos processos junto as instituições, remetem a um sentido de pertencimento e valorização da capacidade local de organização de novas economias que sejam mais equitativas, baseadas em relações de confiança, participação, cooperação e comprometimento mútuo presentes nessas interações. Estes vínculos fortalecem a permanência na produção orgânica de alimentos, ainda mais em um território em que a maioria dos agricultores produz tabaco, marcados pela relação individualizada imposta pelas empresas do setor.

É importante ressaltar que os dados a partir das demandas dos restaurantes, evidenciam perspectivas de ampliação no fornecimento de alimentos orgânicos a partir da agricultura familiar da região, o que converge com as expectativas dos agricultores quanto as possibilidades de ampliação desta produção. Mas há aspectos que limitam esta possibilidade, como poucos recursos para investimentos, mesmo em estruturas simples e que fariam muita diferença, como por exemplo, estufas e irrigação, que permitiriam o aumento da produção e a superação da sazonalidade na oferta dos produtos.

Considerando as economias baseadas nos sítios simbólicos de pertencimento e as possibilidades quanto a novos mercados para a agricultura familiar no território, sugere-se novos estudos para aprofundar a análise de potencialidades e limitações para o incremento do mercado de produtos orgânicos na região, bem como as estratégias e os investimentos necessários para superar os desafios. Da mesma forma, sugere-se pesquisas referentes a outras possibilidades de demanda, como lojas especializadas, creches e escolas particulares, tendo em vista que na conjuntura atual em que os programas de alimentação escolar e de aquisição de alimentos estão praticamente extintos, esses podem representar novas oportunidades de mercados locais para comercialização de orgânicos.

Mas é importante salientar que o desenvolvimento regional abrange vários atores e interesses diversos. Nesse sentido, novas práticas não podem ser orientadas por um modelo único, nem mesmo na busca por sustentabilidade, uma

vez que se trata de indivíduos e grupos sociais com compreensões e expectativas diversas quanto ao futuro desejado.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.** Cadastro Nacional de Produtos Orgânicos. Brasília, DF, 09 mar. 2017. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/organicos/cadastro-nacional-produtores-organicos> Acesso em: 28 set. 2021.
- BRASIL. **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.** Em 7 anos, triplica o número de produtores orgânicos cadastrados no ministério. Brasília: Mapa, 1º ago. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2HTzG9d> Acesso em: 15 abr. 2020.
- BREITBACH, M. C. Á. A região de Santa Cruz do Sul e o fumo: panorama de uma “especialização” nociva. **Indicadores Econômicos FEE**, Porto Alegre, v. 42, n. 1, p. 43-62, 2014. Disponível em: <https://revistas.planejamento.rs.gov.br/index.php/indicadores/article/view/3341> Acesso em: 28 set. 2021.
- CONTERATO, M. A. et al (Org.). **Mercados e Agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos.** Porto Alegre: Ed. Via Sapiens, 2013. (Série Difusão IEPE/UFRGS)
- COSTA, J. P. R. **A articulação em Agroecologia do Vale do Rio Pardo – AAVRP/RS:** A Agroecologia como possibilidade de existência e resistência na construção de “Espaços de Esperança” na região do Vale do Rio Pardo. 2019. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) – Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2019.
- DAROLT, M.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A., A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Agriculturas**, [S. l.], v. 10, n. 2, jun. 2013. Disponível em: <http://aspta.org.br/files/2013/09/Revista-Agriculturas-V10N2-Artigo-1.pdf> Acesso em: 28 set. 2021.
- DARLOT, M. et al. Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. **Ambiente & Sociedade**, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 1-22, abr./jun. 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/asoc/a/KgSQNgpc5gF5Tx65N9H7DGd/?lang=en> Acesso em: 28 set. 2021.
- ESAU, C. **A tomada de decisão dos agricultores familiares pela diversificação dos meios de vida na microrregião geográfica de Santa Cruz do Sul – RS /Brasil.** 2019. 98 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) – Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2019.
- ETGES, V. E.; DORNELLES, M. Pós-graduação em desenvolvimento regional na universidade de Santa Cruz do Sul – 20 anos. **Redes**, Santa Cruz do Sul, v. 19, n. 3, p. 270-289, 2014. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/view/5562> Acesso em: 28 set. 2021.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agropecuário em 2017.** Brasília, DF: IBGE, 2017. Disponível em: <https://censos.ibge.gov.br/agro/2017/>
- MAGNANTI, N. J. Circuito Sul de circulação de alimentos da Rede Ecovida de Agroecologia. **Revista Agriculturas**, v. 5 nº 2, 2008. p. 26-29.

MEDEIROS, M.; MARQUES, C. F. Plantando ideias inovadoras, colhendo transformações na agricultura familiar: a produção de base ecológica e a construção social de mercados no sul do Rio Grande do Sul. In: CONTERATO, M. A. et al. (org.). **Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos**. Porto Alegre: Ed. Via Sapiens, 2013. p. 114-132. (Série Difusão IEPE/UFRGS).

MINAYO, M. C. S. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 18. ed. Petrópolis: Vozes, 1994. p. 9-29.

MUNDLER, P. (dir.). **Petites exploitations diversifiées en circuits courts**. Soutenabilité sociale et économique. Lyon: Isara, 2008. 34 p.

OLIVEIRA, G. A. **Reestruturação urbana e mudanças na dinâmica e organização da área central de Santa Cruz do Sul - RS**. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) – Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2017.

OXFAM. **Hora de mudar**: Desigualdades e sofrimento humano nas cadeias de fornecimento dos supermercados. São Paulo: Oxfam GB, 2018. Disponível em: <https://www.oxfam.org.br/setor-privado-e-direitos-humanos/por-tras-do-preco/hora-de-mudar/> Acesso em: 28 set. 2021.

RUSCH, F.; THEIS, I. Agricultura Familiar no cenário mesorregional: um novo contexto agrícola no Desenvolvimento Rural. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, [S. l.], v. 17, n. 3, p. 318-335, 2015. Disponível em: <http://revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/1026> Acesso em: 29 mai. 2019.

SCHMITT, C. J.; TYGEL, D. Agroecologia e Economia Solidária: trajetórias, confluências e desafios. In: PETERSEN, P. (org.). **Agricultura familiar camponesa na construção do futuro**. Rio de Janeiro: AS-PTA, 2009.

SCHMITT, C. J.; GUIMARÃES, L. A. O mercado institucional como instrumento para o fortalecimento da agricultura familiar de base ecológica. In: **Agriculturas**: experiências em agroecologia. v. 5, n. 2, p.7-13, 2008.

SOUZA, J. G.; DIEGUES, V. C. Por uma desglobalização da produção alimentar - commodização da agricultura e diversidade produtiva: uma análise de Espanha. **GEOgraphia**, Niterói, v. 14, n. 28, p. 63-81, 2012. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/geographia/article/view/13643> Acesso em: 28 set. 2021.

WANDERLEY, M. N. B. Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 42-62, 2003. Disponível em: <https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/238/234> Acesso em: 28 set. 2021.

ZAOUAL, H. **Nova Economia das Iniciativas Locais**: uma introdução ao pensamento pós-global. Tradução: Michel Thiollent. Rio de Janeiro: COPPE/UFRJ, 2006.

NOTAS DE AUTOR

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA

Maria Eduarda dos Santos Zambarda – Concepção, Coleta de dados, Análise de dados, Elaboração do

manuscrito.

Virginia Elisabeta Etges – Concepção e elaboração do manuscrito, Participação ativa da discussão dos resultados, Revisão e aprovação da versão final do trabalho.

FINANCIAMENTO

Bolsista PRUSUC/CAPES II (Maria Eduarda dos Santos Zambarda)

CONSENTIMENTO DE USO DE IMAGEM

Não se aplica.

APROVAÇÃO DE COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

Não se aplica.

CONFLITO DE INTERESSES

Não há.

LICENÇA DE USO

Este artigo está licenciado sob a [Licença Creative Commons CC-BY](#). Com essa licença você pode compartilhar, adaptar, criar para qualquer fim, desde que atribua a autoria da obra.

HISTÓRICO

Recebido em: 06-02-2022

Aprovado em: 12-12-2022