

ALTERNATIVAS DE MERCADO PARA O DESENVOLVIMENTO DA AGRICULTURA FAMILIAR

Oscar José Rover¹ & Pablo Saravia Ramos²

¹ *Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Centro de Ciências Agrárias, Programa de Pós-graduação em Agroecossistemas, Rod. Admar Gonzaga, 1346, 88034-001, Florianópolis-SC, Brasil. E-mail: oscar.rover@ufsc.br*

² *Universidad de Playa Ancha (UPLA), Observatorio de Participación Social y Territorio, Facultad de Ciencias Sociales, Av. Playa Ancha 850, Playa Ancha, Chile. E-mail: pablo.saravia@upla.cl*

INTRODUÇÃO

Os mercados agroalimentares são complexos e repletos de especificidades, as quais passam por elementos territoriais, de sazonalidade produtiva, de grupos sociais envolvidos com os processos produtivos, de tecnologias que mobilizam para ativar tais processos, assim como, de fatores externos que os interpelem.

A complexidade dos mercados agroalimentares é também resultado de sua crescente globalização e diversificação de atores socioeconômicos envolvidos, o que vem se ampliando nas últimas décadas a partir do processo de modernização agropecuária, o qual vem gerando dinâmicas de mercantilização em diferentes territórios rurais e contextos de produção agrícola. De sistemas produtivos que se ativavam sob forte articulação com as condições ecossistêmicas e dos grupos humanos disponíveis, a modernização crescentemente vem configurando sistemas produtivos com forte dependência de meios técnicos (tração motomecanizada, adubos de alta solubilidade, pesticidas, etc) e de fatores externos (crédito rural, políticas de preços, mercados, etc).

Este capítulo, visa analisar elementos da relação entre os sistemas produtivos agropecuários e os mercados, estes entendidos como um fator externo que tem forte capacidade de orientar a organização de diferentes sistemas de produção. Contudo, os mercados agroalimentares são aqui considerados na sua dupla face, de um lado, como meros espaços organizativos de troca de bens, serviços e recursos, e de outro, como espaços onde se constroem alternativas à visão dominante de que os alimentos seriam uma simples mercadoria. Partimos do pressuposto de que os alimentos são centrais para a vida humana e a organização social, a partir do que problematizamos a sua compreensão como simples mercadorias transacionadas em mercados abertos.

O capítulo está organizado nas seguintes partes: inicialmente apresentamos elementos básicos sobre a organização dos mercados alimentares, para

auxiliar quem não tem domínio aprofundado sobre o tema a avançar em sua análise. Ao final deste mesmo item demonstramos como vem se dando uma “virada para a qualidade” nestes mercados, como isto tem valorizado alimentos orgânicos/agroecológicos e como este perfil de demanda tem estimulado a criação de cadeias curtas de abastecimento de alimentos. Ao final, antes de apresentar algumas conclusões, ponderamos sobre os espaços de construção social de mercados para agricultores familiares (campeiros) e seus territórios, os quais se têm aberto em diferentes contextos sociais.

1. ORGANIZAÇÃO DOS PROCESSOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS

Há uma diversidade de atores que atuam numa cadeia que envolve a produção, distribuição e abastecimento de alimentos. Os agricultores estão no início desta cadeia (Fig. 1), em sua maioria inseridos em territórios rurais, com baixa densidade demográfica, e estando dispersos, são numerosos e muitas vezes pouco organizados. Eles representam o elo da produção, o mais importante porque sem eles não haveria os demais, porém também um dos mais frágeis.

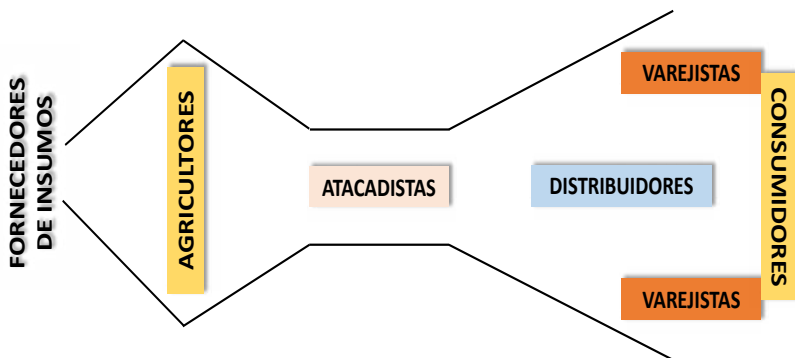


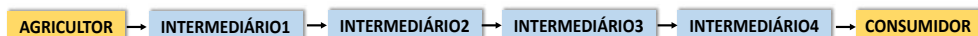
Figura 1. Esquema geral dos atores do sistema de comercialização de alimentos.

Seus produtos podem integrar cadeias ou circuitos mais longos de comercialização, os quais podem ter vários intermediários, ser produzidos distantes dos consumidores e revelar uma assimetria informativa maior ao longo da cadeia de comercialização. Por outro lado, podem integrar circuitos mais curtos de comercialização, com menos intermediários, sendo produzidos geograficamente mais próximos dos consumidores, gerando menos assimetria informativa, reduzindo o impacto ao meio ambiente (pegada ecológica) e, em ocasiões, propiciando espaços educativos de formação e transferência de in-

formação. Este último permitiria gerar um maior reconhecimento dos atores envolvidos sobre os processos produtivos e sua distribuição.

Os circuitos mais longos são normalmente identificados como aqueles mais globalizados, fortemente concentrados e onde as grandes superfícies de varejo (supermercados) cumprem um papel relevante. Neles participam vários intermediários entre os produtores e os consumidores, enquanto que os circuitos curtos de comercialização podem ir de uma situação de venda direta, sem intermediários, até casos em que haja um intermediário (Fig. 2).

CADEIA LONGA DE ABASTECIMENTO AGROALIMENTAR



CADEIA CURTA DE ABASTECIMENTO AGROALIMENTAR

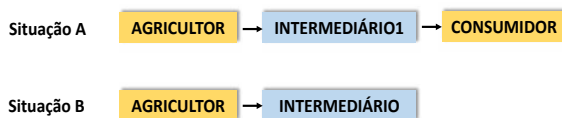


Figura 2. Representação de circuitos longos e curtos de comercialização/abastecimento agroalimentar, considerando o número de intermediários.

Os diferentes atores socioeconômicos que operam em uma cadeia de comercialização/abastecimento de alimentos realizam vários serviços em torno da comercialização (Fig. 1): a reunião dos produtos que estão dispersos nas diferentes unidades produtivas e sua distribuição a pontos de venda no varejo são os principais serviços, especialmente quando se trata da comercialização de produtos *in natura*. Entretanto, vários outros serviços podem ser operados, como o processamento, o armazenamento, o transporte, a venda, sendo que todos eles geram custos e valor agregado aos produtos.

Cada intermediário que se insere em uma cadeia de abastecimento cumpre algum papel na mesma, sem o qual ele não existiria. Entretanto, os mercados e as cadeias de abastecimento são campos sociais abertos à inovação e os papéis dos diferentes atores são ordinariamente revistos, podendo ser transitória sua importância e manutenção em dada cadeia. Um intermediário pode desempenhar desde uma venda até funções mais imprescindíveis, como armazenamento, transporte, processamento. Neste sentido, ele pode desempenhar papéis pouco relevantes aos interesses de agricultores e consumidores, ou pode ser o que em alguns contextos é denominado “intermediário

consciente”, uma vez que possuem uma sensibilidade ao trabalho do pequeno produtor e da agricultura familiar. Este tipo de intermediário pode ser encontrado, por exemplo, no caso das plataformas digitais de compra de alimentos na internet (Saravia 2019).

O conjunto de valores agregados aos bens/serviços, em função de serviços adicionados, gera um valor final que é pago por cada consumidor no momento da compra do alimento. Portanto, os circuitos comerciais que exijam menos serviços, menos intermediários e menos distâncias a percorrer, de maneira geral tendem a ter menos custos embutidos.

Verificamos que os alimentos vêm sendo tratados como se fossem uma mercadoria como outra qualquer na dinâmica dos mercados agroalimentares globalizados. Eles se transformam em um bem transacionável em um mercado mundial no qual a especulação financeira e a concentração econômica determinam as condições dos fluxos, os preços e as disponibilidades de alimentos. No entanto, neste capítulo se tem como pressuposto que eles não são uma simples mercadoria, que eles são centrais para a vida e a saúde humana, para o conjunto da sociedade, e que suas formas de produção e distribuição produzem reflexos nas formas de organização social, na saúde humana e no ambiente natural. Suas formas de produção não produzem reflexos apenas sobre os diferentes ambientes naturais, como também dependem dele para se manterem estáveis e serem resilientes à crescente ocorrência de eventos climáticos extremos, como secas, inundações, vendavais, etc.

Compreender que os alimentos não são uma simples mercadoria nos leva a um tema que é muito destacado por um movimento social internacional, o Movimento *Slow Food*, qual seja, a “centralidade do alimento”. Isto remete à noção de segurança e soberania alimentar e nutricional, que se refere a um conjunto de garantias para que os alimentos estejam disponíveis em quantidade, qualidade e adequação à cultura alimentar de cada sociedade ou grupo social¹. Contudo, apesar de lançarmos outro olhar sobre os alimentos, destacando que eles não são uma mercadoria qualquer, é necessário também compreender que eles são transacionados nos mercados como mercadorias e, como tal, seguem pressupostos e regras que organizam os mercados em geral. Assim, este capítulo transita entre dois raciocínios complementares e contraditórios: por um lado, a centralidade dos alimentos e sua condição de não ser uma simples mercadoria, por outro, sua condição objetiva de transação nos mercados, a qual exige refletir como se organiza atualmente a maioria dos mercados agroalimentares (o que se tornou o convencional) e como são as formas que se propõem alternativas àquelas que são dominantes.

Como os alimentos se referem a mercadorias que respondem por uma das necessidades mais básicas do ser humano, garantir seu acesso é um

¹Não aprofundaremos este e outros temas de fundo que serão discutidos neste trabalho, pois aprofundar cada um exigiria um capítulo próprio. Aqui apenas procuramos manifestar a relação entre a comercialização e os principais temas e noções relacionados às problemáticas dos sistemas agroalimentares mundo afora.

tema central, principalmente se consideramos que a fome segue sendo um dos maiores problemas à escala mundial². Para tanto, nos processos de comercialização se procura conduzi-los dos produtores aos consumidores pelo preço mais baixo possível, o que remete à necessidade de atenção aos componentes que ampliam os custos dos produtos. A redução dos custos nas cadeias convencionais de produção e abastecimento é promovida, na maioria das vezes, por uma forte pressão sobre os preços pagos aos produtores. Como o preço por unidade tende a ser baixo, se gera dentro dos próprios sistemas agrários e produtivos pressão por crescentes produtividades e ganhos de escala. Esta lógica, preponderante nos sistemas agroalimentares convencionais, gera um forte processo de seletividade e exclusão dos agricultores menores.

Em contra tendência às lógicas dominantes surgiram diversos movimentos que se organizaram inicialmente na Europa, com a agricultura biodinâmica na década de 1920, que ao longo de um século de sua construção mundo afora propõem outras abordagens de produção, de comercialização e de consumo alimentar. Tratam-se de inúmeros movimentos sociais e econômicos que vêm sendo abarcados nas noções de Redes Agroalimentares Alternativas (RAA) e mais recentemente Redes de Cidadania Agroalimentar (RCA) – (Lamine et al. 2012, Renting et al. 2003, Renting e Marsden 2017). Tais abordagens de produção e abastecimento agroalimentar avançaram com muita rapidez nas últimas três décadas, devido à crescente desconfiança dos consumidores em relação aos alimentos, assim como ao crescimento da percepção quanto à existência de uma crise ambiental em nível global. Tal desconfiança é motivada por escândalos alimentares, pelo advento dos transgênicos e pelo crescente uso de agrotóxicos, o que vem gerando uma crescente percepção de muitos consumidores quanto aos riscos que envolvem a aquisição e consumo de alimentos convencionais. Essas situações promovem nos consumidores a busca por alimentos orgânicos, agroecológicos, funcionais, coloniais e artesanais. Assim, revalorizando tradições, variedades locais perdidas, processos produtivos localizados, que garantam alimentos de qualidade superior e um processo crescente de recuperação do gosto/sabor dos alimentos, assim como de algum controle sobre as dinâmicas de abastecimento.

As transformações acima descritas vêm na esteira de um processo mais amplo de ampliação dos mercados para bens e serviços ambientais, voltados à redução de pegada ecológica e reintegração humano-natureza. Especificamente no campo agroalimentar vem se produzindo uma virada para a qualidade (Goodman 2003), na qual produtos derivados de modos de produção agroecológico e orgânico são o principal apelo dos consumidores (Kneafsey 2013).

Entretanto, um dos problemas dos alimentos agroecológicos e orgânicos é seu preço final e a (im)possibilidade de acesso a grande número de consumidores. Este problema não deriva, necessariamente, de maiores custos de produção, visto que os custos vão depender muito de qual é o produto tran-

²Segundo FAO, FIDA, UNICEF, PMA e OMS (2018) eram 821 milhões de famintos no mundo em 2017.

sacionado e de como se organiza sua cadeia de abastecimento, mesmo que sua eficiência produtiva em bases agroecológicas/orgânicas deva ser considerada cuidadosamente³. Sabe-se, contudo, que quanto menor for a extensão da cadeia de abastecimento, menores poderão ser as margens de agregação de valor que ficarão com intermediários, resultando em preços finais mais acessíveis. Não seria por outro motivo que o estudo sobre cadeias curtas de comercialização realizado na Europa identificou que a busca de acesso a alimentos orgânicos foi o principal motivador para os consumidores se integrarem a este tipo de circuito comercial (Kneafsey 2013).

Das reflexões até aqui aportadas para entender os mercados convencionais e alternativos de alimentos, podemos sintetizar que enquanto ocorre, em nível global, uma forte concentração de atores na distribuição alimentar, materializada em grandes centros de estocagem e grandes superfícies de supermercados, ocorrem outros dois movimentos paralelos: há um aumento crescente da demanda e organização de consumidores para acessar alimentos de qualidade superior; os mercados agroalimentares têm se diversificado e segmentado, abrindo espaço para diversas possibilidades de inserção para os agricultores, para suas organizações, assim como para novas formas de articulação entre produtores e consumidores. Disto resulta que internacionalmente coexistem diferentes e contraditórios sistemas de produção e abastecimento, que ao mesmo tempo em que se conflituam, geram hibridizações de situações e possibilidades de organização produtiva, social e comercial. Na sequência, aprofundaremos às possibilidades inovadoras que vêm se organizando no campo das RAA e RCA, com ênfase na abordagem dos circuitos curtos de comercialização (CCC) (Darolt 2013, Lamine et al. 2012).

2. CONSTRUÇÃO SOCIAL DE MERCADOS PARA AGRICULTORES FAMILIARES E SEUS TERRITÓRIOS

Da reflexão até aqui, deduz-se que há muito espaço para novas construções sociais de mercados agroalimentares e que os consumidores, como geradores de demanda, devem ser considerados com maior relevância. Nas transições recentes dos mercados se tem seguido uma tendência de orientar a produção pela demanda, diferentemente de uma forma tradicionalmente adotada pelos agricultores, que era primeiro ter o produto para depois identificar para quem vender. Isto remete à necessidade de outra atitude dos produtores e de suas organizações, assim como de instituições de pesquisa e apoio.

Desta forma, se faz necessário refletir sobre os principais elementos para qualificar processos de comercialização que, orientados pela demanda,

³Ao realizar uma meta-análise de estudos que, mundo afora, compararam rendimentos entre sistemas de produção convencional e orgânicos, Seufert et al. (2012) concluíram que sob certas condições (boas práticas de gestão, determinados tipos de culturas e condições de desenvolvimento) os sistemas orgânicos podem obter produtividades semelhantes aos convencionais.

beneficiem combinadamente os agricultores familiares⁴ e a sustentabilidade dos territórios rurais onde eles estão inseridos. Para tanto é necessário compreender que existem algumas questões centrais a considerar, relativas à demanda dos alimentos:

- Há espaço para antecipação e alteração de demanda, e que para isto se deve considerar os desejos e expectativas dos consumidores, para o momento e o futuro, considerando o que eles esperam em relação ao tempo, lugar, forma, preço e qualidade dos produtos;
- Que faltam informações e articulação entre produtores e consumidores, e que estes dois segmentos podem ficar bastante vulneráveis em processos comerciais operados por intermediários que promovem a relação entre eles.

Na perspectiva de qualificar uma construção social de mercados que valorizem os agricultores e seus territórios, e os aproximem dos consumidores, há que se considerar também um elemento central relacionado à oferta dos alimentos: a necessidade de ganhos de escala para melhor se inserir nos mercados, otimizando logísticas comerciais. Quando se trata de agricultores familiares, a obtenção destes ganhos de escala se dá, geralmente, através de formas de cooperação. Neste sentido, a construção de formas de cooperação entre os produtores e a formação de redes entre suas organizações é uma debilidade central da dinâmica de oferta dos alimentos. Aqueles que não avançam nesta questão limitam seu potencial de enfrentar os processos exigidos pelos mercados, que têm como tendência geral a transformação dos alimentos em simples mercadorias.

Entretanto, há diversas experiências de construção social e coletiva de mercados, de articulação entre agricultores, entre suas organizações, assim como destas com consumidores e suas organizações. Há um grande espaço para novas redes e construção de mercados que reduzam as distâncias entre produtores e consumidores, gerando novas cadeias de abastecimento de alimentos (Darolt 2013, Marsden et al. 2000).

Uma cadeia comercial pode ser considerada curta quando a redução de distâncias entre produtores e consumidores é compreendida em dois sentidos: relacional e espacial, sendo que a relacional implicaria em reduzir intermediários entre eles, enquanto a espacial diz respeito a reduzir as distâncias, ativar novas transações locais, incentivar o consumo de produtos do e no seu território⁵. Os CCC geram um importante conjunto de impactos ao aproximarem quem produz de quem consome, podendo reduzir custos de logística;

⁴Vale destacar que a agricultura familiar e camponesa, mundo afora, representa a ampla maioria dos estabelecimentos agropecuários, assim como é responsável por grande parte da diversidade produtiva de alimentos, mesmo que sejam minoria em quantidade de terras disponíveis para suas atividades.

⁵Outros autores (Marsden et al. 2000) indicam que um circuito comercial espacialmente estendido também pode ser considerado curto. Compreendemos que esta abordagem não dá o necessário valor às questões territoriais, locais e de pegada ecológica, e desta forma preferimos definir como curtas aquelas cadeias que reduzem distâncias nas duas dimensões: relacional e espacial.

permitir qualificar a produção através de sinais da demanda; e permitir aos consumidores reconhecerem elementos de sazonalidade, intempéries e outras restrições próprias da produção. Processos como este têm potencial de partilhar entre agricultores e consumidores as responsabilidades pelo conjunto produção-abastecimento, gerando compromissos compartilhados. Entretanto, este tipo de movimento exigiria dois deslocamentos: dos agricultores e suas organizações que avançassem nas etapas de reunião e distribuição dos produtos, para fazê-los chegar com custos e qualidade adequados aos consumidores; dos consumidores que tivessem um maior grau de participação nos mercados, exigindo sua organização e saída da condição de meros clientes. Dessa maneira, os desafios são de ordem produtivo-organizacional, assim como político-educativos, já que se requer uma transformação na valorização cultural do trabalho dos agricultores e na construção de consumidores mais analíticos em relação ao sistema agroalimentar convencional.

Muitas são as modalidades de cadeias curtas de abastecimento. Um estudo na região de Valparaíso, Chile, identificou três modalidades que visam diminuir a lacuna entre os produtores e consumidores. A primeira são as denominadas plataformas digitais (“Canasta Orgánica”; “Zaqui”; “NewenMapu” y “Organicolibrí”), que funcionam como um espaço virtual de compra de produtos alimentícios, no qual o consumidor escolhe, a partir de uma lista, os produtos que necessita e o gestor da página entrega em seu domicílio. A segunda são as feiras públicas (“Eco Viva”; “Bioferia”; “Ecoferia Integral”; “Feria Orgánica” e os “Mercados Campesinos”), que por sua vez têm diferenças em suas trajetórias, bem como em suas relações com o Estado, já que algumas delas (ex.: os Mercados Campesinos) nascem a partir de uma iniciativa do poder público, enquanto outras são resultados de dinâmicas de autogestão. Elas estão em espaços públicos e são de livre acesso para os consumidores. Por fim, o terceiro canal presente na região são as cooperativas de consumidores (“La Porteña; “Orígenes” y “Alma”), que apresentam muitas diferenças entre si, devido às distintas origens históricas, estágios de desenvolvimento e posturas políticas em relação aos seus objetivos (Saravia 2019). As modalidades identificadas nesta região chilena não diferem muito de outros contextos socioeconômicos, contudo, além delas, poderíamos citar a venda direta nas propriedades, venda a restaurantes, dentre outras modalidades (ou circuitos) curtas⁶.

As diversas modalidades de cadeias curtas de abastecimento se enquadram na noção de RAA, pois buscam outras possibilidades de organização e funcionamento relativamente às cadeias convencionais. Entretanto, muitas delas se organizam sem uma efetiva articulação entre si, com outras organizações de produtores e consumidores, ou com organizações e instituições de apoio. Isto traz o risco de um isolamento de cada iniciativa, limitando seu potencial de se inserir nas dinâmicas de concorrência, muitas vezes agressivas, dos mercados agroalimentares.

⁶Para aprofundar este tema recomendamos Darolt (2013) e Lamine et al. (2012).

Compreender que processos econômicos, nos quais se inserem as dinâmicas de comercialização de alimentos, estão imersos em dinâmicas sociais diversas, derivadas de elementos naturais, territoriais, culturais, dentre outras, nos permite falar em economias no plural, em processos econômicos complexos, muitas vezes contextualizados territorialmente. Nesta complexidade é importante destacar que os alimentos têm forte dependência das condições edafo-hidro-climáticas de cada território e das escolhas alimentares das diferentes culturas humanas. Isto é, a comida não é somente a materialização de um processo produtivo necessário para a sobrevivência humana, mas é também uma oportunidade de construir novos referentes territoriais a partir de relações heterogêneas, através das quais os atores dão forma a um território em particular. Em diferentes territórios locais/regionais, conforme as capacidades organizativas de diferentes atores sociais, dentre os quais estão os agricultores, os consumidores e suas organizações, processos que considerem a centralidade do alimento permitiriam recuperar, construir e imaginar territórios organizados em dinâmicas sociais e políticas mais equilibradas que aquelas propostas pelo sistema agroalimentar convencional.

A crescente demanda dos consumidores por acessar alimentos menos processados, industrializados, com processos produtivos mais ecológicos e com alguma carga de tipicidade, tem produzido uma dinâmica de revalorização da proximidade, assim como a revalorização de produtos artesanais, crioulos, típicos, regionais, enfim, com alguma carga de identidade territorial. Um processo como este permitiria gerar maior diversificação dos sistemas produtivos e das cadeias de abastecimento, o que vem na esteira de um processo mais amplo de transformação no conjunto dos mercados: as diferentes formas de segmentação dos mercados, que ampliam possibilidades para criação de dinâmicas organizativas que articulem produtores, consumidores e suas organizações, visando atender uma demanda crescentemente complexa e diversificada por produtos de maior qualidade.

“As dinâmicas produtivas de alimentos podem ser mais intensamente enraizadas em seus territórios. A partir das novas demandas dos consumidores se podem também ampliar as dinâmicas de distribuição e consumo territorializados”.

A busca de muitos consumidores por maior conhecimento sobre os processos produtivos e sobre os atores sociais envolvidos nas cadeias alimentares tem contribuído para construir mercados mais relacionais, territorializados, com identidades específicas. Entretanto, quando os agricultores e suas organizações avançam na construção deste tipo de mercado, muitas vezes negligenciam cuidados necessários às dinâmicas de distribuição e abastecimento, isto é, a maior atenção muitas vezes dada aos processos produtivos negligencia os processos comerciais, que muitas vezes são os responsáveis por viabilizar ou não os resultados desejados.

No contexto da “virada para a qualidade”, para além da produção diferenciada dos alimentos, assim como de suas dinâmicas de distribuição e abastecimento, há que se considerar a gestão estratégica do agroalimentar no território. Muitos atores com interesses que se interseccionam desenvolvem iniciativas pontuais e individualizadas, sem efetivos diálogos que poderiam potencializar as diferentes iniciativas. Um diálogo entre produtores, consumidores, suas organizações, organizações de apoio e instituições públicas, valorizando as culturas alimentares (produtivas e de consumo) e a agrobiodiversidade local, assim como ampliando o acesso à alimentação de qualidade superior, poderia produzir uma gestão estratégica do agroalimentar no território local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os modos convencionais de produção, distribuição e consumo de alimentos tem consequências em praticamente todas as dimensões da vida das pessoas, um multi-efeito que adverte sobre a relevância de propiciar mudanças econômicas, políticas e culturais que devolvam aos territórios parte importante do controle sobre as dinâmicas relacionadas à alimentação. Isto permitiria avançar para maiores níveis de soberania alimentar nos territórios, o que exigiria potencializar a articulação entre as alternativas que existem nesta matéria.

Muitos dos coletivos que potencializam alternativas alimentares estão muitas vezes trabalhando de maneira isolada em um mesmo território, sem maior articulação com experiências similares. A sinergia e os impactos positivos de um trabalho em rede potencializariam cada experiência em si mesma, além de contribuir para sua divulgação e reflexão na cena pública, problematizando sobre a urgência de modificar as formas com as quais nos relacionamos com o sistema agroalimentar convencional. Uma maior difusão de redes territorializadas de cidadania agroalimentar problematizaria o caráter global do sistema agroalimentar convencional, em seus efeitos sobre o meio ambiente, sobre o manejo dos recursos e sobre a construção social dos habitats rurais e urbanos. Neste contexto, deslocar a problemática dos alimentos de qualidade superior de uma condição elitizada, despolitizada e individual, para outra de acesso ampliado e construído coletivamente, permitiria que os arranjos de produção, abastecimento e consumo auxiliassem na transição para modos de produção efetivamente sustentáveis.

Reduzir as distâncias (relacionais e espaciais) entre a produção e o consumo de alimentos é um fator chave nesta construção, já que permite reduzir a importância estratégica da figura do intermediário, assim como a pegada ecológica. Isto significaria aproximar o mundo produtivo (em sua maioria localizado nos espaços rurais) dos consumidores (presentes majoritariamente nas cidades), gerando um diálogo sobre as necessidades de cada um, as tendências, os conflitos e as oportunidades que se colocam. A construção deste

diálogo permitiria um reconhecimento mais detalhado e complexo sobre o outro e potencializaria as oportunidades produtivas e educativas, já que permitiria identificar e priorizar as iniciativas que são cruciais para um projeto de interesse comum para seu futuro. Conjuntamente, é necessário compreender que a construção deste horizonte transformador não pode ser feita isolado das políticas e instituições públicas, das universidades, das organizações não governamentais e de outros espaços coletivos de trabalho.

É urgente estabelecer canais eficientes e eficazes de diálogo e trabalho colaborativo com esses atores, em uma dinâmica organizativa que respeite as particularidades (potenciais e limitações) de cada um. Uma tarefa como esta não pode perder a atenção para a necessária autonomia dos atores socioeconômicos locais, especialmente quanto às tentativas de instrumentalização por parte do Estado ou as formas extrativas de saber promovida por muitos trabalhos acadêmicos.

A construção de alternativas alimentares, buscando modificar os modos de produção, distribuição e consumo convencional, tem se mostrado como potente promotora de inclusão socioeconômica e cuidado ambiental. A agricultura familiar e camponesa tem nestas alternativas, em um contexto de crescente demanda por produtos de qualidade superior, uma oportunidade de se inserir, gerando trabalho, renda e novos espaços comerciais para seus produtos. Avançar neste tipo de processo permitiria construir e imaginar territórios ativos, que discutem, propõem e defendem os cada vez mais escassos equilíbrios ecológicos existentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Darolt MR (2013) Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: Niederle PA et al., Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura. Curitiba, Kairós, pp. 139-170.
- FAO, FIDA, UNICEF, PMA y OMS (2018) El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo. Fomentando la resiliencia climática en aras de la seguridad alimentaria y la nutrición. FAO, Roma, 219p.
- Goodman D (2003) The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, 1(19):1-7. doi: 10.1016/S0743-0167(02)00043-8
- Kneafsey M et al. (2013) Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU: A State of Play of their Socio-Economic Characteristics Publications Office of the European Union, Luxembourg, 128 p.
- Lamine C, Darolt M, Branderburg A (2012) The Civic and Social Dimensions of Food Production and Distribution in Alternative Food Networks in France and Southern Brazil. *The International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 19(3): 383-401.

- Marsden T, Banks J, Bristow G (2000) Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development *Sociologia Ruralis, Sociologia ruralis*, 40(4): 424-438.
- Renting H, Marsden TK, Banks J (2003) Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A*, 35(3):393-411.
- Renting H, Marsden TK (2017) Uma réplica ao artigo: Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development, In: Gazolla M, Schneider S, Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar, Edufrgr, Porto Alegre, pp 53-58.
- Saravia P (2019) Canales Cortos de Comercialización en la región de Valparaíso, Chile Estado de la cuestión y proyecciones de futuro (no prelo).
- Seufert V, Ramankutty N, Foley JA (2012) Comparing the yields of organic and conventional agriculture, *Nature*, 485(7397):229:232.