

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO**

Priscila Buss da Silva

**A CONSTRUÇÃO SOCIAL DE MERCADOS DE ALIMENTOS BONS, LIMPOS
E JUSTOS**

Florianópolis

2018

Priscila Buss da Silva

**A CONSTRUÇÃO SOCIAL DE MERCADOS DE ALIMENTOS BONS, LIMPOS
E JUSTOS**

Trabalho de Curso apresentado à disciplina
CAD 7305 como requisito parcial para a
obtenção do grau de Bacharel em
Administração pela Universidade Federal
de Santa Catarina.

Enfoque: Monográfico

Área de concentração: Estudos
Organizacionais

Orientador: Prof. Dr. Renê Birochi

Florianópolis

2018

Catálogo na fonte elaborada pela biblioteca da Universidade Federal de Santa Catarina

A ficha catalográfica é confeccionada pela Biblioteca Central.

Tamanho: 7cm x 12 cm

Fonte: Times New Roman 9,5

Maiores informações em:

<http://www.bu.ufsc.br/design/Catalogacao.html>

Priscila Buss da Silva

**A CONSTRUÇÃO SOCIAL DE MERCADOS DE ALIMENTOS BONS, LIMPOS
E JUSTOS**

Este Trabalho de Curso foi julgado adequado e aprovado na sua forma final pela Coordenadoria Trabalho de Cuso do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 25 de Junho de 2018.

Prof. Martin de La Martinière Petroll, Dr.
Coordenador de Trabalho de Curso

Avaliadores:

Prof. Renê Birochi, Dr.
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof^ª. Evelize Welzel, Dra.
Avaliadora
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Sérgio Luis Boeira, Dr.
Avaliador
Universidade Federal de Santa Catarina

Dedico este trabalho aos meus pais, Zenaide e Adriano, com todo o meu amor e gratidão, por tudo que fizeram por mim ao longo da minha vida. Espero poder ter sido merecedora do esforço dedicado por vocês.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu orientador, Prof. Dr. Renê Birochi, por todo o suporte com suas correções e incentivos, mas acima de tudo, por acreditar em mim e no meu trabalho.

Ao seu Vado e ao Fabrício da Reserva Extrativista Costeira do Pirajubaé, pelo acolhimento e pelos ensinamentos, me tornei uma admiradora da atividade pesqueira depois de conhecer vocês.

À Tânea, do Sítio Saraquá, pela demonstração de simplicidade e alegria. Mesmo sem saber, você transformou o meu olhar sobre a vida naquela manhã.

Aos meus pais, Zenaide e Adriano, e aos meus irmãos, Nathália e Matheus, pelo amor incondicional e por estarem sempre presentes na minha vida.

Aos meus familiares agricultores, por me proporcionarem momentos tão ricos junto à natureza, eles ficarão pra sempre guardados na memória.

Às minhas amigas, Beatriz e Thaís, que tornaram as manhãs mais leves e engraçadas.

Enfim, a todas as pessoas que contribuíram de alguma forma e acreditaram na realização deste trabalho.

*Vou mostrando como sou
E vou sendo como posso
Jogando meu corpo no mundo
Andando por todos os cantos
E pela lei natural dos encontros
Eu deixo e recebo um tanto
E passo aos olhos nus
Ou vestidos de lunetas
Passado, presente
Participo sendo o mistério do planeta*

(Luiz Galvão e Moraes Moreira, 1972).

RESUMO

Esta monografia analisa alguns exemplos de comercialização de produtos alimentares da sociobiodiversidade – orgânicos, agroecológicos e de populações tradicionais – realizados por dois engenhos de farinha de mandioca e por pescadores da Reserva Extrativista Marinha Costeira do Pirajubaé, no município de Florianópolis, durante os anos de 2016 e 2017. O objetivo principal desta pesquisa concentrou-se na identificação de atributos que compõem as estratégias de comercialização, utilizadas por essas iniciativas, apoiados pelo Movimento *Slow Food*, no processo de construção social de mercados da sociobiodiversidade. A pesquisa utiliza como marco teórico a Nova Sociologia Econômica que considera que: a) toda ação econômica é uma ação social; b) a ação econômica é socialmente situada e; c) as instituições econômicas são construções sociais. Neste sentido, buscou-se analisar os mercados sob a ótica das redes sociais, das normas técnicas, que se constituem como valores a serem negociados, e da qualidade que ancora valores em formas de produção e de vida. A pesquisa empírica utilizou abordagem qualitativa com estratégia multi-casos e coleta de dados primários (observação e entrevistas) e secundários (relatórios e documentos). Os achados empíricos evidenciam as interações sociais dos atores e a constituição de redes alimentares alternativas encontradas em cada estratégia de comercialização adotada nos casos analisados. Ao final é proposto um Quadro-Síntese das principais estratégias de comercialização baseadas na abordagem teórica da NSE.

Palavras-chave: Nova Sociologia Econômica; Mercados da Agricultura Familiar; Alimentos orgânicos; *Slow Food*

ABSTRACT

This monograph analyses some cases of commercialization of socio-biodiversity products - organic, agro ecological and traditional - produced by cassava flour and by fishermen of *Reserva Extrativista Marinha Costeira do Pirajubaé* in the city of Florianópolis during the years of 2016 and 2017. This research focus on the identification of factors, such as business strategies, in order to carry out initiatives, supported by the *Slow Food* Movement, in the process of social construction of socio-biodiversity markets. This study make use of a theoretical framework called New Economic Sociology (NES) that deliberates: a) all economic action is a social action; b) an economic action is socially situated; and c) economic institutions are social institutions. In this sense, it was pursued to analyse the markets from the social networks point of view, the standards norm, which is configured as values to be negotiated, and the quality that anchors values in forms of production and life. Empirical research used a qualitative approach with the multiple process strategy and the collection of primary data (observation and interviews) and secondary data (reports and record files). The empirical findings highlight the social interaction and the constitution of alternative food nets for each commercialization approach analysed. At the end, there is a table with the main negotiation strategies based on the theoretical approach of the NES.

Keywords: New Economic Sociology; Family Agriculture Markets; Organic food; *Slow Food*

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Estratégias de pesquisa utilizadas	36
--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Estratégias para o desenvolvimento rural sustentável	22
Quadro 02 – Entrevistas	39
Quadro 03 – Práticas comuns	41
Quadro 04 – Principais estratégias de comercialização identificadas	65
Quadro 05 – Quadro-Síntese	68

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Casos de ensino selecionados.....	37
---	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
1.1 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA.....	15
1.2 OBJETIVOS.....	17
1.2.1 Objetivo geral.....	17
1.2.2 Objetivos específicos	17
1.3 JUSTIFICATIVAS	18
1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO	19
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
2.1 AGRICULTURA FAMILIAR.....	20
2.1.1 Agricultura familiar e sustentabilidade	20
2.1.2 Agricultura familiar e novos mercados.....	23
2.2 NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA	26
2.2.1 Redes sociais	28
2.2.2 Normas técnicas	30
2.2.3 Qualidade	31
3. METODOLOGIA	34
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA QUANTO À SUA NATUREZA E ABORDAGEM	34
3.2 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA QUANTO AOS SEUS OBJETIVOS.	35
3.3 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA QUANTO AOS PROCEDIMENTOS TÉCNICOS UTILIZADOS	35
3.4 RELATÓRIO DO SEMINÁRIO DE COMERCIALIZAÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR – SLOW FOOD	39
4. OBJETO EMPÍRICO	42
4.1 O MOVIMENTO <i>SLOW FOOD</i>	42
4.1.1 Os princípios do movimento	43
4.1.2 Comunidades do alimento.....	44
4.2 ENGENHOS DE FARINHA	46
4.3 RESERVA EXTRATIVISTA MARINHA.....	48
5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS	50

5.1 ANÁLISE DO RELATÓRIO DO SEMINÁRIO DE COMERCIALIZAÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR – SLOW FOOD	50
5.2 ENGENHOS DE FARINHA	51
5.2.1 Redes sociais	51
5.2.2 Normas técnicas.....	54
5.2.2 Qualidade.....	56
5.3 RESERVA MARINHA DO PIRAJUBAÉ.....	58
5.3.1 Redes sociais	58
5.3.2 Normas técnicas	60
5.3.3 Qualidade	62
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	65
REFERÊNCIAS	70

1. INTRODUÇÃO

Este capítulo visa contextualizar o tema do trabalho de conclusão de curso, expondo as primeiras definições que darão base para a fundamentação teórica e para posterior compilação e análise de dados extraídos do campo empírico, através de coleta de dados primários e secundários. O capítulo está dividido em três seções, da seguinte forma: na primeira aborda-se sobre o tema e o problema de pesquisa; na segunda define-se o objetivo geral e os objetivos específicos e na terceira são apresentadas as justificativas do trabalho.

1.1 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA

A sociologia econômica é tributária do trabalho dos clássicos da sociologia Karl Marx, Émile Durkheim e Max Weber, que lançaram as bases desse campo disciplinar (SERVA e ANDION, 2006). Em 1980, a sociologia econômica, por meio de suas diferentes correntes, passa então a se contrapor aos fundamentos da ciência econômica neoclássica, na tentativa de demonstrar que o mercado e os demais fenômenos econômicos são construções sociais.

Conforme Raud-Mattedi (2005) a Sociologia Econômica de Granovetter, definida como uma sociologia da “vida econômica” ou da “atividade econômica” distingue três níveis nos fenômenos econômicos: a ação econômica, os resultados econômicos (como os preços e os salários) e as instituições econômicas. “Para Granovetter, ação econômica é uma forma de ação social; a ação econômica é socialmente situada; e as instituições econômicas são construções sociais”, conforme citado por Raud-Mattedi (2005, p.62).

Neste sentido, a autora ainda coloca que Granovetter distingue a Nova Sociologia Econômica da antiga, ou seja, dos clássicos, pelo fato de a nova propor “[...] análises sociológicas de temas econômicos fundamentais, tais como os mercados, os contratos, o dinheiro, o comércio e o banco”, oferecendo assim “[...] uma descrição alternativa da atividade econômica cotidiana”, enquanto a antiga só se preocupava com os “[...] pré-requisitos institucionais da vida econômica” (Raud-Mattedi 2005, p.61).

De uma forma geral, Mark Granovetter empenha-se em identificar as formas de inserção social das ações econômicas e a influência destas relações sociais nos resultados econômicos.

Grande parte dos trabalhos dessa primeira fase da Nova Sociologia Econômica tem a Economia Neoclássica como o seu principal objeto, porém Wanderley afirma que:

O perigo de manter a teoria econômica como referência principal é não avançar além das afirmações de que a esfera econômica está socialmente construída, que as estruturas sociais e as instituições são importantes para a ação econômica, e que a racionalidade é uma modalidade de comportamento entre outras (2002, p.26).

No presente estudo será discutido como se constroem essas relações sociais nas redes alimentares alternativas, e como elas podem contribuir para a reconexão entre produção e consumo e na valorização dos mercados locais.

Entretanto, Goodman (2009) alerta que estas redes e novas formas econômicas se desenvolvem em sociedades capitalistas e não em um “universo paralelo”. Por isso, é necessária uma análise crítica que busque avaliar as relações de poder e a distribuição social dos ganhos entre os atores envolvidos.

Como destaca Lamine (2012) de fato, podem existir complementaridades entre redes alternativas e convencionais, que podem contribuir com o processo de transição.

A autora ainda considera que para garantir uma transição ecológica para sistemas alimentares mais sustentáveis deve-se buscar mais do que a participação de produtores e consumidores, e considerar a rede de atores e instituições em um sentido amplo com envolvimento de outros atores da cadeia alimentar, como a extensão rural, a pesquisa, o ensino, a sociedade civil e o poder público.

Um dos atores da sociedade civil que iremos explorar ao longo do trabalho é o Movimento *Slow Food*. Fundado por Carlo Petrini em 1986, o *Slow Food* se tornou uma associação internacional sem fins lucrativos em 1989. Atualmente conta com mais de 100.000 membros e tem escritórios na Itália, Alemanha, Suíça, Estados Unidos, França, Japão e Reino Unido, e apoiadores em 150 países.

Um dos principais princípios do *Slow Food* destaca a ideia de que aquilo que se come deve ser cultivado, preparado e consumido em ritmo de tranquilidade. Segundo Weiner (2005), o manifesto do grupo está inserido em um contexto maior e configura-se como um brado contra o culto da velocidade em todas as suas formas e esferas da vida.

Martins et al. (2006, p.230) aponta que:

Por meio dos seus conhecimentos gastronômicos, relacionados à política, à agricultura e ao ambiente, o movimento tornou-se uma voz ativa na agricultura e na ecologia, conjugando o prazer e a alimentação com consciência e responsabilidade. As atividades da associação visam, além de defender a biodiversidade na cadeia de distribuição alimentar, a difundir a educação do gosto e aproximar os produtores de consumidores de alimentos especiais por intermédio de eventos e iniciativas de ações em prol da ideia.

Assim, buscou-se discutir neste trabalho algumas problemáticas em torno das seguintes questões de pesquisa: Quais as principais similaridades na comercialização de alimentos da sociobiodiversidade? Quais as estratégias de comercialização desses produtos? Quais os aprendizados, as dificuldades e as oportunidades para produtores e consumidores em participar de redes alternativas de comercialização?

Com o olhar direcionado a tais questões, este estudo se volta para o estudo sobre a construção social de mercados através dos processos de comercialização de produtos da sociobiodiversidade, que envolve a compra e venda de alimentos entre agricultores familiares, intermediários e varejistas apoiados pelo Movimento *Slow Food*.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar os atributos que compõem as estratégias de comercialização, utilizadas por produtores tradicionais, apoiados pelo Movimento *Slow Food*, no processo de construção social de mercados da sociobiodiversidade.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar as principais estratégias de comercialização praticadas pelas organizações analisadas.

- b) Analisar os pontos fortes e os desafios dessas estratégias.
- c) Propor um Quadro-Síntese das principais estratégias.

1.3 JUSTIFICATIVAS

O presente trabalho justifica sua importância uma vez que as estratégias de comercialização podem contribuir para uma transformação das relações de poder no âmbito dos sistemas alimentares, incluindo um maior peso e participação de consumidores e produtores na definição dos modos de produção, troca e consumo (a noção de autonomia). Um dos principais questionamentos levantados pela literatura acadêmica internacional é a capacidade das redes alimentares alternativas gerarem mudanças estruturais em uma escala maior (DAROLT et al., 2016). Os autores enfatizam ainda a ligação necessária entre experiências concretas e um movimento social e político de oposição ao modelo convencional dominante.

No desenvolvimento desta pesquisa pode-se observar o critério de originalidade, uma vez que não existem trabalhos, elaborados no campo da Administração, referenciando as estratégias comercialização de alimentos bons, limpos e justos oriundos da agricultura familiar de Santa Catarina em conjunto com o *Slow Food*.

O tema da análise apresenta grande oportunidade de contribuição e relevância prática para todos aqueles interessados nessa temática, uma vez que são abordados novos arranjos (não convencionais) em torno de formas alternativas de comercialização de produtos da sociobiodiversidade. Além disso, as contribuições deste trabalho pretendem abrir novos caminhos para estudos posteriores sobre o tema.

A motivação para a realização desta pesquisa se dá, principalmente, pelas inquietações da autora sobre o tema e também uma grande vontade de que o leitor possa refletir sobre o assunto de uma forma mais ampla. Conforme abordado por Jaffe e Gertler (2006) apud Darolt et al. (2016), “a educação para o consumo consciente é um desafio na perspectiva de requalificar os consumidores em oposição à aceitação e à conformidade aos alimentos ofertados pelo sistema convencional”. Do lado dos produtores, Brandenburg e Ferreira (2012) acrescentam que os agricultores ecológicos inseridos em um movimento social

organizado contribuem para a ecologização de um rural que se situa para além das práticas agrícolas.

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

A estrutura deste trabalho foi desenvolvida a partir de seis capítulos, sendo eles: Introdução, Fundamentação Teórica, Metodologia, Objeto Empírico, Análise e Discussão dos Dados e as Considerações Finais. O trabalho foi escrito nos padrões da Associação Brasileira de Normas e Técnicas – ABNT - e dos Trabalhos de Conclusão do Curso de Administração da Universidade Federal de Santa Catarina.

O primeiro capítulo do trabalho, a introdução, apresenta o tema de estudo, a problemática envolvida, a definição do objetivo geral e dos objetivos específicos e as justificativas e motivações da autora. O segundo capítulo, é referente ao aporte teórico do trabalho, os conceitos expostos estão relacionados ao objetivo geral da pesquisa. São eles: Agricultura Familiar, Construção Social de Mercados, Nova Sociologia Econômica e o Movimento *Slow Food*.

O terceiro capítulo é referente aos procedimentos metodológicos empregados no estudo, classificando a pesquisa quanto à sua natureza, à sua abordagem, aos seus objetivos e as técnicas utilizadas nas coletas de dados. Já o quarto capítulo se refere ao objeto de estudo. Logo, foram apresentados os Engenhos de Farinha e a Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé, que serão utilizados como base empírica para discussão do tema proposto. O quinto capítulo apresenta os resultados das análises e o relacionamento entre esses e as categorias analíticas, que serão apresentadas mais à frente (Redes Sociais, as Normas Técnicas e a Qualidade).

Por fim, o sexto e último capítulo apresenta as considerações finais do trabalho, nas quais a autora aponta as conclusões do estudo, respondendo aos objetivos da pesquisa. Além disso, são abordadas sugestões para os estudos acadêmicos futuros.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 AGRICULTURA FAMILIAR

De acordo com Padua et al. (2013) apud Moritz (2017), existe no Brasil uma agricultura heterogênea, subdividida em dois grupos, conhecidos como agricultura comercial ou patronal, que são as grandes monoculturas com produção voltada para o mercado externo, e a agricultura familiar, com sua produção voltada basicamente ao mercado interno.

Ao longo dos últimos anos, as propriedades familiares de produção rural têm apresentado considerável relevância para a sociedade brasileira. Tal importância deriva do fato de que são esses estabelecimentos que produzem grande parte dos alimentos básicos, como o arroz, a mandioca, o feijão, dentre outros, que chegam à população das cidades.

Mesmo sendo essencial para a sociedade, o uso inadequado dos recursos naturais e a desvalorização da atividade agrícola têm promovido intensa degradação ambiental e a marginalização dos produtores. A constatação dessa realidade deve ser discutida com o intuito de encontrar possíveis caminhos para reverter e/ou minorar tais impasses.

2.1.1 Agricultura familiar e sustentabilidade

A agricultura alimenta o mundo, mas depende de recursos naturais vitais para produzir grandes quantidades a fim de satisfazer a demanda. Assim, é visível a importância de alcançar a sustentabilidade da agricultura, visto que as atividades agrícolas responsáveis pela obtenção de alimento sempre exerceram grande pressão sobre o meio ambiente.

O atual modelo de crescimento econômico, norteador pela globalização e pelos avanços tecnológicos, promoveram, por um lado, a elevação dos índices econômicos, e por outro, contribuíram decisivamente para a degradação ambiental, na medida em que se ultrapassaram os limites até então invisíveis da natureza. Diante desta constatação, surge a busca pelo novo paradigma de desenvolvimento e que este seja sustentável.

Nesse processo, procura-se conciliar o desenvolvimento econômico com a preservação ambiental e, ainda, manter boas relações sociais, ou seja, busca-se desenvolver uma relação harmônica das limitações ecológicas do planeta com as gerações futuras para que estas tenham a chance de existir e viver bem, de acordo com as suas necessidades.

O processo de globalização e a influência crescente das tecnologias geraram várias mudanças na organização produtiva mundial. Especialmente no setor agrícola destacam-se críticas ao padrão tecnológico dominante e a exclusão de imensas regiões produtoras feita pelas grandes cadeias agroalimentares que monopolizam a produção e comércio em escala global (SCHNEIDER, 2004).

No Brasil, a partir da década de 1990, um conjunto de transformações gerou discussões sobre o modelo de desenvolvimento rural adotado: (i) no âmbito do Estado entrou em vigor a nova constituição; (ii) na sociedade civil fortaleceram-se os movimentos sociais reprimidos durante a ditadura, as organizações não-governamentais (ONGs), associações e cooperativas; e (iii) na percepção de pesquisadores e intelectuais foram ampliaram-se as preocupações com o meio ambiente e com o desenvolvimento rural sustentável (SCHNEIDER, 2010 apud SILVA et al., 2016 p.39).

Baseados em resultados de muitas pesquisas, diversos autores afirmam que a agricultura familiar poderia representar o cenário mais favorável ao desenvolvimento rural sustentável (COSTABEBER e CAPORAL, 2003).

Para Silva (2007, p. 20) a “agricultura sustentável é aquela capaz de manter a sua produtividade e utilidade para a sociedade, ser economicamente viável, comercialmente competitiva, ambientalmente aceitável e socialmente justa”. O autor afirma que o desenvolvimento rural sustentável ainda é considerado um desafio para o setor da agricultura e que deve buscar além do crescimento econômico, a conservação e melhoria da capacidade produtiva dos solos, o melhor aproveitamento dos demais recursos com o menor impacto ambiental possível.

Bianchini (2005, p. 10) coloca que:

O desenvolvimento rural sustentável deveria: (i) no campo ecológico, ter mínimos efeitos negativos ao meio ambiente, preservar a fertilidade do solo, manter a estabilidade das reservas de água, valorizar e conservar a diversidade biológica; (ii) no campo social, valorizar o saber local e o

potencial interno da comunidade, ter igualdade no acesso a tecnologias; e (iii) no campo econômico, garantir a reprodução das populações locais, a qualidade de vida e um sistema agroalimentar sustentável em todos os níveis.

Conforme apresentado na Tabela 01, Costabeber e Caporal (2003) apresentam três estratégias para o desenvolvimento rural sustentável, sendo: (i) opção pela agricultura familiar; (ii) busca de novas formas de comercialização; e, (iii) dimensão local do desenvolvimento e apontam os principais aspectos de cada estratégia.

Quadro 01 – Estratégias para o desenvolvimento rural sustentável

Estratégias	Agricultura familiar	Novas Formas de Comercialização	Desenvolvimento Local
Aspectos	Diversidade de cultivos, eficiência produtiva e energética, proteção da biodiversidade e dos recursos naturais não renováveis, manejo meticuloso e atividades de menor impacto ambiental e com maior relevância social.	Estabelecer redes de confiança com o mercado consumidor que demande por esses produtos, focar os circuitos curtos de mercadorias com venda no mercado local e ainda apostar no consumo institucional como creches, escolas, etc.	Construção de contextos de sustentabilidade a partir do local, onde o protagonismo seja exercido pelos agricultores, consideram-se as particularidades de cada comunidade dentro do nível macro.

Elaborado pela autora (2018).

Fonte: Costabeber e Caporal (2003).

Para Veiga (1996) no modelo familiar existe a ligação direta entre trabalho e gestão, o que facilita que as decisões sejam tomadas de acordo com as especificidades do processo produtivo, com ênfase no uso de insumos internos, na diversificação e na durabilidade dos recursos naturais.

Paralelo a esses processos mais amplos e com o intuito de gerar respostas às necessidades dos pequenos agricultores, surgiram iniciativas de diversificação da produção, tecnologias alternativas, experiências de agricultura de base ecológica e uso de sementes e insumos próprios etc.

Surgiam como uma forma de reação às consequências negativas de modernização da agricultura e como forma de encontrar novos caminhos para os pequenos agricultores. Algumas formas de desenvolver práticas agrícolas de maneiras mais autônomas e equilibradas com a natureza puderam ser buscadas nas suas experiências do passado, do período anterior à modernização da agricultura.

Atualmente, a agricultura familiar é parte da agenda de políticas públicas de desenvolvimento rural, tendo como um dos marcos de entrada no cenário político o Programa Nacional de Fortalecimento Agricultura Familiar (Pronaf), instituído em meados dos anos 1990, a partir de um longo processo de mobilização social estabelecido por diversos movimentos sociais ligados ao meio rural (FREITAS et al., 2012).

As políticas recentes de compras governamentais de produtos da agricultura familiar, como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional da Alimentação Escolar (PNAE), reforçam a presença da agricultura familiar na agenda de políticas públicas e ressaltam a importância dessa categoria (social e econômica) para a agricultura brasileira (SILVA et al., 2015). Importante salientar que uma diferença fundamental entre os dois programas é que no PNAE, a demanda é estabelecida pelo cardápio escolar, enquanto no PAA são elaborados projetos a partir da oferta de produtos que os agricultores têm disponível.

2.1.2 Agricultura familiar e os novos mercados

Ao se falar em estruturas de relações sociais na agricultura familiar, especificamente no que se refere à produção agrícola e ao acesso a mercados, Silva et al. (2015) salienta que contempla-se nessa discussão:

[...] um conjunto de relações que envolvem desde manejo coletivo de recursos comuns à redistribuição de fatores produtivos (sementes, trabalho, conhecimentos etc.), ou seja, um esforço coletivo de coordenação de atividades econômicas que conduzem à configuração das especificidades locais da mesma.

A relação entre agricultura familiar e o mercado que somente recentemente passou a originar estudos sobre o tema. Os trabalhos de Wilkinson (2008) são uma referência importante no estudo dos mercados na agricultura familiar na perspectiva da nova sociologia econômica, que se assenta na ideia de que mercados são construções sociais.

A abordagem sociológica dos mercados procura compreendê-los não como premissas da ação econômica, mas como resultados concretos da interação social. São espaços reais de confronto entre atores, cuja forma depende exatamente da força, da organização, do poder e dos recursos de que dispõe cada parte. Abramovay (2004, p.58) afirma que “mercados devem ser estudados sob o ângulo institucional, sociológico, histórico, como construções sociais”. Assim, pode-se analisar tal como ele é e permite enfrentar os desafios reais das inúmeras formas que assume a cooperação humana na sociedade.

Conterato et al. (2011, p. 83), colocam que:

Os processos geradores de diferenciação social e maior autonomia ou dependência não necessariamente devam ser tomados como sinônimos de isolamento em relação aos mercados e tampouco que os mercados impõem vulnerabilidade aos agricultores familiares. Mercados podem se constituir em mecanismos de inserção social e econômica e resultar no fortalecimento da autonomia frente às vulnerabilidades enfrentadas.

No livro *Mercados, redes e valores*, Wilkinson (2008) constrói uma tipologia de mercados para a agricultura familiar. Além do mercado de *commodities*, o autor dá destaque a um conjunto de novos mercados: especialidades, orgânicos, artesanais, solidários e institucionais. Para estes, há um desafio comum em desenvolver redes sociais mais extensas e formas apropriadas de reconhecimento (marcas, certificação), permitindo aos produtos viajar e manter suas características específicas mesmo frente a consumidores desconhecidos.

Wilkinson argumenta acerca da necessidade de se criar (pelo poder público) condições que favoreçam uma aprendizagem coletiva própria a um período de transição, permitindo a adoção de inovações sociais e institucionais. Trata-se de analisar os mercados sob a ótica das redes sociais; das normas técnicas como valores a serem negociados; e da qualidade que ancore valores em formas de produção e de vida.

Em Santa Catarina, nos últimos vinte anos, os agricultores familiares e suas organizações vêm desenvolvendo estratégias de inserção autônoma nos mercados, não apenas contra as ameaças de exclusão, mas, sobretudo, para se apropriar de uma parcela maior da renda gerada na cadeia de valor (SCHNEIDER e FERRARI, 2014). Com o avanço das novas atividades (frutas, hortaliças) e do incentivo aos circuitos curtos de comercialização (feiras livres, vendas diretas), estabeleceu-se um movimento em torno da produção agroecológica e da formação de pequenas agroindústrias familiares rurais e coletivas, formando redes horizontais. Essas por sua vez, pretendem a partir da agricultura familiar, construir e fortificar os mercados alternativos, em relação aos dos contratos junto à agroindústria convencional.

Segundo Schneider e Ferrari (2014) os dispositivos mercantis mais utilizados foram: venda direta ao consumidor (utilizada por 1.508 agroindústrias); venda em pequenos varejos (mercados, padarias, mercearias e lojas especializadas – por 802 agroindústrias); supermercados (por 526 agroindústrias); e mercado institucional.

As experiências visam melhoria na renda das famílias e estratégias de produtos diferenciados, os quais destacam valores da tradição e do artesanal. Tanto a regulação pública quanto os padrões do setor privado estão impondo níveis mínimos de qualidade que implicam, crescentemente, numa modernização do conjunto das atividades agrícolas como condição para permanecer nos circuitos de comercialização (WILKINSON, 2008).

Incoerentemente, essas exigências aumentam quando o produtor busca entrar em mercados típicos da agricultura familiar (artesanais, orgânicos, tradicionais), levando os produtores a se adaptarem aos padrões dominantes e a buscarem impor um novo conjunto de padrões mais compatíveis com as suas condições técnicas e econômicas.

Com o objetivo de melhorar as condições de inserção socioeconômica e a competitividade dos agricultores familiares no mercado, surgiram inúmeras organizações de agricultores ou de grupos de empreendimentos - as redes de cooperação nas suas diversas modalidades. Embora essas redes compreendam outras formas (associações e cooperativas por produto), as cooperativas descentralizadas se constituem na mais poderosa inovação organizativa da agricultura familiar (ESTEVAM; MIOR, 2014).

Schneider e Ferrari (2014) colocam que em Santa Catarina, elas têm contribuído decisivamente na superação de importantes gargalos na comercialização de produtos da agroindústria familiar para o mercado formal de alimentos, particularmente aqueles relacionados à legislação sanitária, fiscal, previdenciária e às escalas mínimas de produção e logística.

Por conseguinte, para além de sua participação nos mercados coordenados pelas agroindústrias e/ou pelas redes de supermercados, estão surgindo redes alternativas de comercialização a partir da revalorização de processos e produtos com identificação de origem e apelo cultural (SCHNEIDER e FERRARI, 2014).

De acordo com Wilkinson (2008), as expectativas em torno desta visão se fundamentam na importância que já alcançaram os mercados de alimentos artesanais na Europa, assim como o crescimento de movimentos de comércio justo e circuitos baseados em princípios diversos de sustentabilidade. Schneider e Ferrari (2014) apontam que esse processo exige tanto reinvenção de tradições quanto adoção de práticas novas, na medida em que estas tradições agora tenham como aval um exigente consumidor urbano.

Neste contexto, “se adentra no mundo das certificações que exige a conversão para novas e custosas práticas, dos selos e das indicações geográficas, que pressupõem uma ação coletiva eficaz e uma forte capacidade de negociação” conforme Wilkinson (2008, p. 128).

Ademais, a necessidade dos produtores se legitimarem nesses circuitos agroalimentares de qualidade vem ao encontro dos interesses dos consumidores por um alimento mais saudável. Trata-se de uma contraposição ao modelo dominante de produção e consumo de massa, fruto de uma “sociedade reflexiva” (GIDDENS et al., 1997) na qual se evidencia uma crescente preocupação em relação ao consumo de alimentos de qualidade e aos problemas de saúde pública e segurança alimentar. Pode-se considerar tal fenômeno como uma forma de resistência à globalização, permitindo os consumidores encontrar produtos e/ou serviços baseados na sua qualidade ecológica, moral e social.

2.2 NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA

Desde a década de 1980 a Sociologia Econômica está se tornando um dos campos do conhecimento mais promissores e dinâmicos das ciências sociais. Steiner (2006) aponta que suas origens remontam ao século XIX e abrange os anos 1890-1920, período caracterizado por crise da economia política e da crescente institucionalização da teoria econômica marginalista.

Provavelmente, o primeiro autor a empregar o termo foi William Jevons (1835-1882), no seu trabalho Teoria da economia política, de 1879; entre os autores dessa fase, também se destacam Max Weber (1864-1920), Émile Durkheim (1858- 1917), Georg Simmel (1858-1918) e Vilfredo Pareto (1848-1923). A principal herança desse período é a combinação da análise dos interesses econômicos com a análise das relações sociais.

A segunda fase da Sociologia Econômica engloba os anos 1930-70 e se caracteriza pela diminuição dos temas propostos e investigados pelos precursores. Aqui se destacam os autores Joseph Schumpeter (1883- 1950), Karl Polanyi (1886-1964), Talcot Parsons (1902-1979) e Neil J. Smelser (1930-2017). Para Steiner (2006) esses autores contribuíram com o desenvolvimento de diversos conceitos como destruição criativa, empreendedorismo, imersão social (*embeddedness*) e de proposições como a de que a sociologia e a economia podem ser entendidas como partes (subsistemas) de uma teoria geral dos sistemas sociais.

A terceira fase se inicia a partir dos anos 1980 e se caracteriza pelo fortalecimento do campo. Ainda em 1985, Mark Granovetter assinalou o termo “nova sociologia econômica”, no artigo “*Economic action and social structure: the problem of embeddedness*”, e é considerada a principal referência dessa retomada, sendo citado mais de 3500 vezes desde sua publicação, o que de acordo com Fligstein e Dauter (2007) o torna o artigo mais citado na Sociologia no período pós-guerra.

A Nova Sociologia Econômica (NSE) não busca apenas criticar a economia neoclássica, mas se interessa em participar dos debates sobre a economia. Serva e Andion (2006, p. 12) salientam que “os autores da NSE, mais do que “reformular” a economia neoclássica, buscam dialogar com ela enriquecê-la, utilizando, muitas vezes, os mesmos conceitos e instrumentos que os economistas”. Como destaca Granovetter, considerado promotor da NSE, “ora, nossa ambição é mostrar que as teses neoclássicas seriam reforçadas,

mesmo em seu domínio mais central, se lhes fosse acrescentada uma perspectiva sociológica” (Granovetter, 2000, p. 207). Outro autor conceituado afirma que “diferentemente dos clássicos, a moderna sociologia econômica dos mercados raramente conecta as suas ideias teóricas a uma visão de sociedade ou à mudança social. Ao contrário, a maioria dos estudos enfoca o seu objeto empírico e a literatura no qual ele está inserido” (FLIGSTEIN, 1996, p. 8).

Granovetter (1985) apud Raud Mattedi (2005, p. 65) argumenta que:

“[...] as ações dos atores sociais são condicionadas pelo seu pertencimento a redes de relações interpessoais. O mercado, portanto, não consiste num livre jogo de forças abstratas, a oferta e a procura, entre atores atomizados e anônimos, mas num conjunto de ações estreitamente imbricadas em redes concretas de relações sociais”.

Os pressupostos centrais da NSE afirmam: toda ação econômica é uma ação social; a ação econômica é socialmente situada; e as instituições econômicas são construções sociais (LÉVESQUE, BOURQUE E FORGUES, 2001). Logo, pode-se concluir que a NSE, por meio de suas diversas correntes, busca demonstrar que a economia é social. Conforme Lévesque (2007, p. 57):

“[...] a economia é social pelos seus *inputs*, sejam estes subvenções, bens coletivos e públicos, sistema social de inovação, engajamento de empregados para além do contrato de trabalho ou, ainda, coletividades locais que aportem capital social, dotações institucionais e dotações culturais. Ela o é também por *outputs*, que não são apenas bens e serviços produzidos, mas também exterioridades, tais como empregos, desenvolvimento de coletividades, relação com a natureza, qualidade de vida, etc”.

Além disso, a NSE acrescenta que a economia é social pelo fato de o mercado constituir tanto uma forma institucional e organizacional como uma construção social.

2.2.1 Redes Sociais

A análise de redes sociais surgiu como uma técnica chave na sociologia moderna. O conceito surgiu na sociologia e na antropologia social. Capra (2008) ressalta que no final do século XX, o termo passou a ser olhado como um novo paradigma das ciências sociais, vindo ser aplicado e desenvolvido no âmbito das

mais diversas disciplinas. Schimitt (2012) ainda coloca que a noção de rede vem sendo utilizada de múltiplas formas, tornando-se difícil, por vezes, precisar seu real significado e sua contribuição como ferramenta de análise.

Uma estrutura social composta por pessoas ou organizações, vinculadas por um ou vários tipos de relações, que compartilham valores e objetivos comuns pode ser considerada uma rede social. Uma das características fundamentais na definição das redes é a sua abertura, possibilitando relacionamentos horizontais e não hierárquicos entre os participantes. Duarte e Frei (2008) colocam então, que redes não são, portanto, apenas outra forma de estrutura, mas quase uma não estrutura, no sentido de que parte de sua força está na habilidade de se fazer e desfazer rapidamente.

Em teoria, na estrutura das redes sociais, os atores sociais se caracterizam mais pelas suas relações do que pelos seus atributos (gênero, idade, classe social). Estas relações tem uma densidade variável, a distância que separa dois atores é maior ou menor e alguns atores podem ocupar posições mais centrais que outros. Este fenômeno é explicado por alguns teóricos indicando a existência de laços fortes e fracos e a dos buracos estruturais onde se encontram os atores que não podem comunicar entre si a não ser por intermédio de um terceiro (FREEMAN, 2006).

Muito embora um dos princípios da rede sejam sua abertura e sua porosidade, por ser uma ligação social, a conexão fundamental entre as pessoas se dá através da identidade (BERNARDO, 2011). Assim, os limites das redes não são limites de separação, mas limites de identidade. Não é um limite físico, mas um limite de expectativas, de confiança e lealdade, o qual é permanentemente mantido e renegociado pelas redes de comunicações.

As redes são o elemento estrutural que define padrões de comunicação, hipóteses de difusão, quadros de mobilização de recursos naturais e humanos, contribuindo para o desenvolvimento de alianças e coligações políticas determinantes para o futuro do mundo econômico (MARQUES, 2003). Para Wilkinson (2002), a novidade da NSE é o seu projeto de explicar o funcionamento dos mercados a partir de uma abordagem de redes sociais.

As mãos visíveis são múltiplas, mesmo que não tenham necessariamente que conduzir a nepotismos, a corrupção, a subornos ou trocas mafiosas de favores. Em todo o caso, os mercados são mais opacos do que o proclamado

pela economia e as informações e dados relevantes estão assimetricamente distribuídos pelas redes sociais” (MARQUES, 2003, p. 09).

Marques (2003) ainda coloca que o Estado atua frequentemente como um agente de redistribuição econômica e muitas relações estabelecidas entre os atores sociais são norteadas por lógicas de reciprocidade e não por exigências mercantis. O ajuste entre os integrantes do mercado não é uma simples dominação de um campo sobre o outro, da produção sobre o consumo, da oferta sobre a demanda, nessa perspectiva, leva-se em conta a consideração de que as interações apenas ocorrem dentro de contextos e regras sociais mais amplos.

Verifica-se, por fim, conforme Schmitt (2011, p.90):

Uma crescente referência às redes como estrutura ou mecanismo de governança, capaz de integrar múltiplos “portadores de interesse” (*stakeholders*). A esses conjuntos articulados “em forma de rede”, são conferidos, a *priori*, inúmeros atributos ou propriedades emergentes: flexibilidade, horizontalidade, cultura democrática, entre outros. Essa visão normativa e positiva das redes orienta, atualmente, inúmeros projetos de intervenção “pró-desenvolvimento”, refletindo o lugar conquistado por essa noção no imaginário da sociedade capitalista contemporânea.

2.2.2 Normas técnicas

Um dos mais importantes resultados das constantes pesquisas de Max Weber no campo sociológico, ainda que não o mais conhecido, consiste em dar atenção às regras e, mais exatamente, à articulação entre normas jurídicas e ação econômica (LALLEMENT, 2006).

Por definição, as normas expõem aos indivíduos como eles devem se comportar e o que devem esperar do comportamento dos outros. Portugal (2007) coloca que os problemas surgem quando o comportamento dos atores foge às normas estabelecidas e/ou as suas expectativas são fracassadas.

As normas podem dividir-se em três tipos principais (Therborn, 2002, apud Portugal, 2007): as normas indispensáveis, que definem o pertencimento e a ação do ator; as normas reguladoras, que regem as contribuições esperadas dos atores e as normas distributivas, que definem como devem ser distribuídas as recompensas, os custos e os riscos. Ou seja, as normas definem o pertencimento, a contribuição e as recompensas adequadas dos indivíduos em determinada estrutura.

Em outras palavras, Dequech (2011) coloca que, normas socialmente compartilhadas indicam o que um indivíduo deveria fazer, trazem consigo a possibilidade de sanções externas, mas, ao menos no caso de alguns indivíduos, são internalizadas. Normas formais ou legais são mantidas em prática em última instância pelas organizações do sistema legal, enquanto as normas sociais informais estão ligadas a sanções por outras pessoas no grupo relevante.

Quando voltamos nosso olhar para as normas que regem a produção de alimentos em pequenas organizações, Sabourin (2011) mostra que regulamentos nacionais impostos unilateralmente pela regulamentação federal da qualificação agroalimentar excluem muitos sistemas produtivos, entre eles o da agricultura familiar. A exclusão dessa iniciativa do mercado, além de agravar os problemas sociais, como o êxodo rural e a concentração da posse de terra, por exemplo, ainda estimula o desgaste dos conhecimentos tradicionais, desestimula o jovem a ficar no campo e enfraquece a imagem dos produtos artesanais.

Diversos estudos sobre a competitividade de diferentes cadeias agroindustriais tem apontado a legislação (fiscal, sanitária, ambiental e trabalhista) como um dos principais entraves à competitividade dos pequenos produtores agrícolas (BATALHA, 2002).

A realidade de diversos produtores da agricultura familiar do país ocorre, muitas vezes, de maneira informal e sem qualquer tipo de inspeção oficial, pois as características apreciadas pelos consumidores desses produtos podem acabar se perdendo na tentativa de alinhamento às normas impostas pelos órgãos de controle. Wilkinson (2008) em vários momentos chama atenção para a necessidade de garantia de outros padrões de coordenação, que não somente aqueles relacionados ao mundo industrial e ao mundo do mercado, na construção de novas noções de qualidade para os produtos da agricultura familiar.

2.2.3 Qualidade

Em tempos de globalização, em que há uma grande oferta de alimentos industrializados e padronizados, muitos consumidores estão buscando cada vez mais produtos com uma qualidade diferenciada, recorrem a alimentos mais saudáveis, naturais, saborosos e de origem conhecida, consumindo os alimentos tradicionais.

Os alimentos tradicionais podem ser definidos como sendo “um produto único pelo emprego de matérias-primas e pelos conhecimentos aplicados, assim como os usos de produção, de consumo e de distribuição e que atualmente recebem, entre outras, as denominações de local, artesanal ou regional” (RIBEIRO e MARTINS, 1995).

Para Zuin e Zuin (2008, p. 112):

O consumidor passou a buscar e a privilegiar a qualidade presente nos alimentos tradicionais. A busca por essa qualidade é tanto por uma questão de saúde, como também, pela qualidade simbólica presente nesses alimentos, como tradição, origens e raízes, pois esses alimentos trazem arraigados na sua constituição a história particular de uma comunidade, de um território, de um grupo ou de uma região que o fizeram como únicos.

Quando analisamos a produção familiar de pequena escala também, percebe-se que é cada vez mais valorizada quando associada à tradição, à preservação do meio ambiente, ao natural, ao local e ao artesanal (WILKINSON, 2008). Entretanto, para a construção de uma reputação que sustente a valorização desses aspectos, é fundamental que ocorra a interação dos consumidores com os produtores em feiras, exposições, através do turismo, em estabelecimentos locais e, também, pelo desenvolvimento de indicações de origem, para que segundo Wilkinson (2008), expressem os valores da produção tradicional.

A busca por essa qualidade não se faz apenas por uma questão de saúde, percebida como uma dimensão de valor relevante, típica de produtos orgânicos, em relação aos alimentos convencionais, nos quais são utilizados agrotóxicos em seus processos produtivos (TOMAZONI, 2014). Mas, também pela qualidade simbólica presente nesses alimentos, como a tradição cultural, suas origens e raízes, pois esses alimentos trazem na sua constituição a história particular de uma comunidade, de um território, de um grupo ou de uma região.

Cruz e Scheneider (2010) sugerem que em relação aos produtos tradicionais, a discussão sobre a qualidade está atrelada principalmente aos aspectos culturais e à origem dos produtos. Nesse caso, antes de atender a critérios normativos, os produtos aqui estudados são procurados pelos consumidores por atender a qualidades que superam regras formalmente estabelecidas.

Sendo assim, Portilho (2005, p. 211) compartilha que:

Se a cultura do consumo tornou-se mais proeminente, aumentaram os espaços e as formas de ação política e participação através de práticas de consumo percebidas como emancipatórias e reflexivas, expressando e fortalecendo uma nova cultura política, através de formas criativas e inovadoras de participação (CANCLINI, 1996; HALKIER, 1999; MICHELETTI, 2003; PORTILHO, 2005). Ao mesmo tempo, o consumo de massa perdeu espaço para formas de consumo especializado, dando espaço para uma economia de qualidades e singularidades (LASH & URRY, 1994; WILKINSON, 2006).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Metodologia significa, “etimologicamente o estudo dos caminhos, dos instrumentos usados para se fazer ciência, é uma disciplina instrumental, a serviço da pesquisa” (DEMO, 1995, p.07). Logo, neste capítulo serão apresentados os procedimentos metodológicos empregados para analisar a proposta de pesquisa. Estão descritos a classificação da pesquisa quanto à sua natureza e abordagem, quanto aos seus objetivos e quanto aos procedimentos técnicos empregados. Marconi e Lakatos (2010, p. 139) definem pesquisa como “[...] um procedimento formal, com método de pensamento reflexivo, que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais”.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA QUANTO À SUA NATUREZA E ABORDAGEM

A natureza desta pesquisa caracteriza-se como uma investigação aplicada, porque visa à utilização de conhecimentos produzidos e a verificação de modelos teóricos aplicados a determinados fenômenos observados no campo empírico (CHIZZOTTI, 2006). De modo geral, buscou-se compreender, as estratégias de comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar, através da observação e da investigação desses fenômenos na região da Grande Florianópolis.

Em relação à forma de abordagem, a que caracteriza esta pesquisa é a abordagem qualitativa. Uma pesquisa qualitativa visa analisar e interpretar informações, atitudes e padrões dentro de um contexto e descrever suas possíveis relações, sem que haja necessariamente a utilização de dados quantificáveis (TRIVINOS, 2009).

O foco da abordagem qualitativa é compreender o como, preocupa-se em entender os fenômenos a partir dos símbolos ou significados atribuídos a eles. O papel do pesquisador nessa abordagem é de compreender o seu objeto de estudo através da sua subjetividade, é envolver-se com o fenômeno estudado, ou seja, não se preocupa com a neutralidade e sim com a objetividade.

O método qualitativo, para Guerra (2014) envolve a empiria e uma sistematização progressiva do conhecimento até que a compreensão da lógica interna do grupo seja desvelada. Analisando seu objeto de estudo, seus objetivos e as aplicações do método qualitativo:

“O método qualitativo é adequado aos estudos da história, das representações e crenças, das relações, das percepções e opiniões, ou seja, dos produtos das interpretações que os humanos fazem durante suas vidas, da forma como constroem seus artefatos materiais e a si mesmos, sentem e pensam” (MINAYO, 2008, p.57)

3.2 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA QUANTO AOS SEUS OBJETIVOS

A pesquisa pode ser caracterizada, através dos seus objetivos, como exploratória, descritiva ou explicativa. Considera-se o presente estudo como uma pesquisa exploratória, pois se busca realizar uma compreensão do fenômeno sem almejar descrevê-lo em todos os seus detalhes, nem tentar explicá-lo por meio de relações causais.

Segundo Gil (2002), as pesquisas exploratórias são realizadas quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis. Ou seja, a pesquisa exploratória representa o aprofundamento de conceitos preliminares sobre determinado tema não contemplada de modo satisfatório anteriormente. Assim, contribui para o esclarecimento de questões superficialmente abordadas sobre o assunto.

Segundo Selltiz et al. (1965), enquadram-se na categoria dos estudos exploratórios todos aqueles que buscam descobrir ideias e intuições, na tentativa de adquirir maior familiaridade com o fenômeno pesquisado. “Esse tipo de pesquisa tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 2002 p. 27).

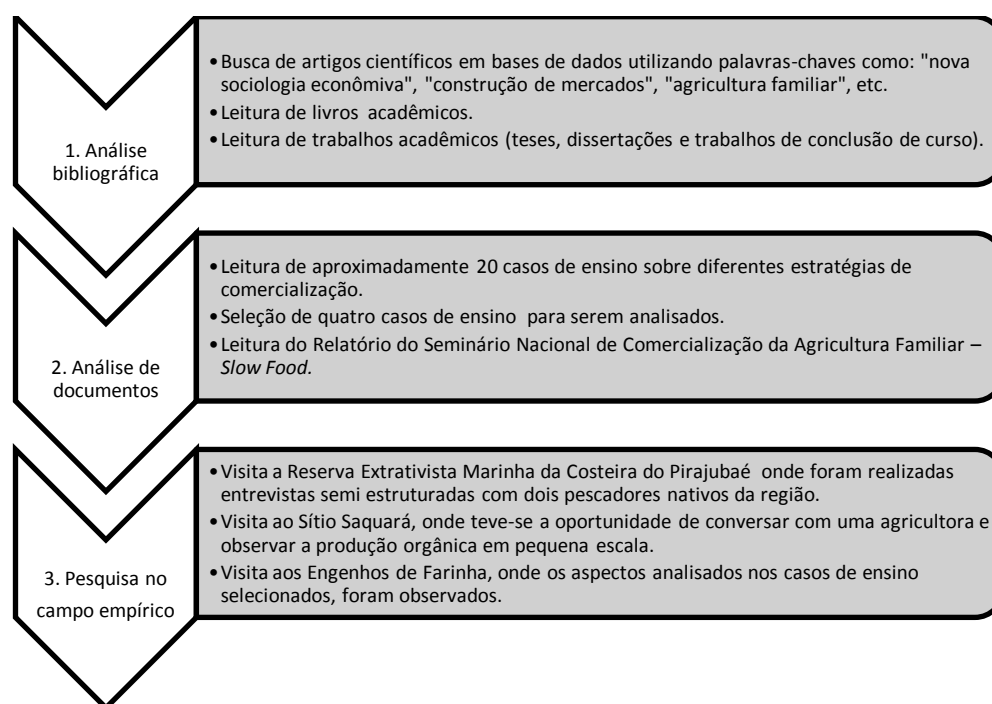
3.3 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA QUANTO AOS PROCEDIMENTOS TÉCNICOS UTILIZADOS

Para Duarte (2002), a descrição e a delimitação da população base, ou seja, dos sujeitos a serem estudados, assim como o seu grau de representatividade no grupo social em estudo, constituem um problema a ser imediatamente enfrentado, já que se trata do solo sobre o qual grande parte do trabalho de campo será assentado.

Dentro da abordagem qualitativa podem ser utilizados diversos instrumentos e técnicas metodológicas para alcançar os diferentes níveis de necessidades e realidade que o presente trabalho requer. Assim, neste estudo foram utilizadas as seguintes estratégias de pesquisas: pesquisa bibliográfica, análise de documentos e pesquisa de campo empírico, conforme se observa na Figura 01.

Utilizou-se a pesquisa bibliográfica para buscar uma visão dos objetos que têm foco principal neste trabalho, dentre eles a Nova Sociologia Econômica, o mercado de alimentos provenientes da agricultura familiar e o movimento *Slow Food*. A partir de estudos já estabelecidos e realizados sobre esses temas, como artigos científicos, livros, teses, dissertações, trabalhos de conclusão de curso e reportagens, é que a pesquisa bibliográfica pode trazer contribuições importantes para a pesquisa.

Figura 01 – Estratégias de pesquisa utilizadas



Elaborada pela autora (2018).

Na etapa de análise de documentos, foram analisados casos de ensino desenvolvidos por alunos de Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, nos anos de 2016 e 2017 na disciplina semestral "Laboratório de Gestão: Organizações da Sociedade Civil", que desde o ano de 2016, elaboraram mais de 30 Casos de Ensino totalizando cerca de 500 páginas, que descrevem e analisam as principais ações do projeto de extensão do Slow Food no Estado de Santa Catarina. No desenvolvimento desse trabalho foram lidos cerca de 20 casos, com diferentes iniciativas e diversas estratégias de comercialização utilizadas, como: grupos de compra e consumo responsável, as lojas especializadas em produtos agroecológicos, as feiras, os mercados convencionais com seções especializadas em orgânicos, a Rede ECOVIDA , as cooperativas de trabalho e extensão rural, a Central de Abastecimento do Estado de Santa Catarina (CEASA), os restaurantes orgânicos e agroecológicos, os engenhos de farinha, a Reserva Extrativista Marinha Costeira do Pirajubaé, entre outros.

Dentre todos os casos lidos, foram selecionados quatro para serem analisados, conforme observado na Tabela 01. A autora escolheu as temáticas da extração do berbigão e da produção da farinha de mandioca por serem iniciativas de extração e de processamento representativas da ilha de Santa Catarina e por serem de fácil acesso para a coleta de informações não contidas nos casos de ensino, se necessário.

Tabela 01 – Casos de ensino selecionados

Caso de Ensino	Autores	Foco Central	Ano
Disseminando Cultura – O Caso dos Engenhos de Farinha	Caio de Córdova Pereira, Luise Friederike Walter e Tomás K. Marchioro	Valorização da cultura dos Engenhos através do turismo	2017
Engenhos de Farinha em Florianópolis - Fator Terra	Amanda Daniele da Silva, Marina N. Espindola e Renata Niehues Pesenti	Fortalecimento dos engenhos enquanto redes	2017
Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé	Beatriz Miranda Sommer, Priscila Buss da Silva e Thaís Zortéa F. de Araújo	Adequação da atividade as normas e a valorização da mulher na atividade	2016

Tradição e Futuro da Resex Marinha do Pirajubaé	Caio Mendonça, Luana Barbosa e Mateus Alcântara	Reconhecimento da atividade na sociedade e o desinteresse dos jovens em continuar na atividade	2016
--	---	--	------

Elaborado pela autora (2018).

Outro documento importante para o estudo é o Relatório do Seminário Nacional de Comercialização da Agricultura Familiar – *Slow Food*, onde diversos especialistas sobre o assunto, como professores e pesquisadores universitários, executivos de organizações como o SEBRAE¹ e a ABRASEL², representantes do Movimento *Slow Food*, alguns produtores representando a sua rede, entre outros, discutiram em 2017 a cerca das principais questões que permeiam a atividade agroecológica no Brasil.

Esse documento foi fundamental para a realização deste trabalho, pois possibilitou que a autora tivesse uma visão mais ampla sobre os desafios e as oportunidades que os produtores agrícolas enfrentam. Essas contribuições foram bastante importantes para se discutir os casos e se formular o Quadro-Síntese proposto nos objetivos.

Buscando aprofundar o conteúdo visto através da leitura, se fez necessário à pesquisa de campo, para extrair dados e informações diretamente da realidade do objeto de estudo. Por meio da observação, possibilitada pelas visitas as iniciativas, da coleta de dados (através de entrevistas semi estruturadas), ou seja, através da análise e interpretação de fatos e fenômenos que ocorrem dentro dos ambientes naturais de vivência, conforme observado no Quadro 02. Foram visitados pela autora: a) a Reserva Extrativista Marinha da Costeira do Pirajubaé em 2016, onde foi possível entrevistar o Sr. Evaldo Euclides do Nascimento, pescador e extrativista aposentado e o presidente da Associação Caminhos do Berbigão, Fabrício Gonçalves. A visita teve a duração aproximada de três horas e contou com a participação de outros estudantes, que assim como a autora naquele momento cursavam a disciplina “Laboratório de Gestão: Organizações da Sociedade Civil”; b) o Sítio Saquará, no município de Águas Mornas no ano de 2017, onde se conversou com a agricultora Tânea e se observou a produção orgânica de perto. A visita teve a duração de aproximadamente duas horas e

¹ Serviço social autônomo brasileiro, que objetiva auxiliar o desenvolvimento de micro e pequenas empresas, estimulando o empreendedorismo no país.

² Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

contou com a participação dos alunos da disciplina mencionada anteriormente;

c) o Casarão Engenho dos Andrade, em 2018, onde apenas foram observados alguns aspectos descritos nos casos de ensino, como a manutenção da construção tradicional, a associação do local com o turismo, entre outro.

Quadro 02 – Entrevistas realizadas

Nome	Ocupação	Duração da Entrevista	Modalidade
Evaldo Euclides do Nascimento	Pescador e extrativista	3 horas	Presencial
Fabício Gonçalves	Pescador, extrativista e presidente da Associação Caminhos do Berbigão	3 horas	Presencial
Tânea	Agricultora	2 horas	Presencial

Elaborado pela autora (2018).

3.4 RELATÓRIO DO SEMINÁRIO NACIONAL DE COMERCIALIZAÇÃO AGRICULTURA FAMILIAR - SLOW FOOD

Nesta seção serão apresentados alguns dos principais resultados sobre as estratégias de comercialização de produtos da sociobiodiversidade, em evento organizado pela UFSC e movimento *Slow Food*. O relatório final desse seminário é tratado neste estudo como um instrumento metodológico de pesquisa, que sintetiza as recomendações de especialistas no tema estudado. Essas recomendações foram organizadas no Quadro 03 a seguir, a partir das três categorias analíticas propostas, que irão orientar as análises empíricas.

O movimento *Slow Food* desenvolve várias iniciativas e uma delas é o Projeto Alimentos Bons, Limpos e Justos: Ampliando a Qualificação da Participação da Agricultura Familiar Brasileira no Movimento *Slow Food*, que foi criado para promover e apoiar a preservação e a valorização dos alimentos produzidos pelos agricultores familiares – assim como indígenas, quilombolas e extrativistas – em todas as regiões do Brasil. O projeto conta com um conjunto de atividades com o objetivo de ampliar a participação destes sujeitos e suas

organizações na rede *Slow Food*, qualificando a oferta de alimentos bons, limpos e justos à população. O projeto almeja dar uma resposta a dois desafios presentes no processo de comercialização: o da identificação da origem dos produtos e o estabelecimento de relações justas de compra e venda.

É um projeto nacional sendo realizado em 17 estados, 40 territórios rurais e 145 municípios: Região Norte (Amazonas e Pará); Região Nordeste (Bahia, Maranhão, Paraíba, Rio Grande do Norte e Sergipe); Região Centro-Oeste (Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul); Região Sudeste (Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo) e Região Sul (Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina).

O seminário nacional para construção de estratégias de comercialização da agricultura familiar, referente à atividade 4.2 do referido projeto, ocorreu nos dias 21, 22 e 23 de agosto de 2017 em Brasília/DF. O seminário teve por objetivo proporcionar um espaço de diálogo amplo entre organizações que têm por referência a valorização dos alimentos bons, limpos e justos (representantes do movimento *Slow Food*, das universidades, organizações nacionais da agroecologia, cooperativas e demais organizações que representam e/ou trabalham, com a agricultura familiar brasileira). Deste seminário, resultou-se um documento: o Relatório do Seminário Nacional de Comercialização da Agricultura Familiar – *Slow Food*.

O relatório destaca que a maior parte dos alimentos comercializados no mercado interno brasileiro é proveniente da agricultura familiar, que é defensora da agrobiodiversidade e do conhecimento tradicional. Ainda assim, esse segmento enfrenta inúmeros desafios na organização, processamento, agroindustrialização e comercialização desta produção.

Nesse documento, discute-se sobre o potencial de apreciação dos produtos da sociobiodiversidade, mostrando que há uma qualidade diferenciada em diversos aspectos (cultural, nutricional, diversidade, etc) e que se, inseridos em circuitos curtos de comercialização (feiras, restaurantes, eventos, entre outros) a sua atratividade aumenta. A atuação dos atores se fortalece quando organizados em redes e que a associação desses itens com as atividades turísticas, traz visibilidade aos produtos.

No relatório considerou-se importante a criação de ações estratégicas que aumentem a visibilidade dos produtos da agricultura familiar aliando

comercialização e educação em locais de grande circulação de pessoas. Conforme se observa no Quadro 03, foram agrupadas as práticas comuns encontradas pelos participantes do seminário, divididas nas categorias de análise.

Quadro 03 – Práticas comuns divididas pelas categorias de análises

<p>Redes Sociais</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Agroecologia e Produção Orgânica e Sustentável como perspectiva para várias instituições (pesquisa, extensão, programas governamentais, organizações de agricultura familiar, ONGs); • Discutir modelos de produção e negócios é importante para as iniciativas; • Foco nos circuitos curtos de comercialização (mercado local); • Aponta-se a necessidade de pesquisas mais profundas sobre os produtos e os alimentos para dar maior visibilidade e encontrar parceiros que contribuam para a construção de cadeias de valor e a estruturação de mercados locais e que sejam sensíveis às demandas da agricultura familiar.
<p>Normas Técnicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Luta pela conquista de espaços para comercialização e criação de estruturas que deem conta da logística e distribuição; • A venda direta pode ser uma forma de contornar o marco regulatório complexo; • Acredita-se que a venda para programas de alimentação escolar é uma importante estratégica;
<p>Qualidade</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Valorização da identidade dos produtos e dos saberes tradicionais; • Experiências de comercialização, com enfoque na preservação da biodiversidade e territórios;

Elaborado pela autora (2018).

4. OBJETO EMPÍRICO

4.1 O MOVIMENTO *SLOW FOOD*

Em 1986, um grupo liderado por Carlo Petrini realizou um protesto contra a abertura da primeira loja do *McDonald's* na Itália. A manifestação ocorreu na tradicional *Piazza di Spagna*, em Roma, e esse grupo se opunha política, filosófica e simbolicamente ao *fast food*, representado pela franquia. Makuta (2018) ressalta que a oferta de um alimento barato, muito calórico e sem valor nutricional e cultural era – e continua sendo – uma grande ameaça ao patrimônio alimentar do mundo.

A forma como nos alimentamos tem profunda influência no que nos rodeia - na paisagem, na biodiversidade da terra e nas suas tradições e esta é a filosofia do Movimento *Slow Food*.

Hoje o movimento é uma rede global, presente em mais de 160 países, que relaciona o prazer da comida com o comprometimento e a responsabilidade com as pessoas e o planeta. No livro *Biodiversidade, Arca do Gosto e Fortalezas Slow Food*, Makuta (2018, p.07) coloca que “o *Slow Food* **defende** a agrobiodiversidade e a cultura alimentar; **promove** a educação alimentar e do gosto para o reconhecimento e a valorização do alimento bom, limpo e justo para todos; **encurta** a cadeia de consumo, aproximando produtor e co-produtor (consumidor engajado)”.

O *Slow Food* é considerado por seus participantes como um movimento social, uma vez que se caracteriza como uma forma de ação coletiva onde as dimensões da solidariedade, do conflito e da ruptura com a lógica do sistema social se inter-relacionam. O conceito do movimento destaca a ideia de que aquilo que se come deve ser cultivado, cozinhado e consumido em ritmo de tranquilidade. Segundo Weiner (2005), o manifesto do grupo está inserido em um contexto maior e configura-se como um brado contra o culto da velocidade em todas as suas formas e esferas da vida. O *Slow Food* cresceu rapidamente, angariando adeptos em todo o mundo.

A rede criada pelo movimento conta com os mais diversos atores unidos à luta pelo alimento: agricultores, ativistas, acadêmicos, pesquisadores,

pescadores artesanais, queijeiros, extrativistas, cozinheiros, jornalistas, formadores de opinião e cidadãos engajados de várias formações e classes sociais.

4.1.1 Os princípios do movimento

Carlo Petrini descreve em seu livro *Slow Food*: princípios da nova gastronomia valores que fundamentam e são o slogan do Movimento. Estes valores serão expostos a seguir:

BOM

Os produtos devem ser de boa qualidade, um conceito que varia com as diferenças culturais locais. O *Slow Food* lida com esse aspecto de forma diferenciada com este aspecto, em relação a outras organizações. Os produtos que protagonizam os projetos devem ser bons porque somente desse modo é possível desenvolver o prazer do gosto e os agricultores e produtores artesanais serem remunerados de forma justa pelo trabalho desenvolvido.

O bom é o respeito pelos outros e por si mesmo. Trabalhar para que seja um direito de todos é parte de nossa missão civilizadora. Reivindicar o bom implica respeitar a Terra e suas diferentes culturas. Trata-se de felicidade (PETRINI, 2009, p. 110).

LIMPO

A técnica produtiva deve respeitar a natureza ao máximo, não necessariamente com certificação orgânica, mas deve seguir os princípios da agroecologia, do respeito ao bem-estar animal e da saúde humana. O uso de produtos químicos sintéticos deve ser reservado apenas em casos que não há outra possibilidade e deve ser usado o mínimo possível.

É em torno da palavra “sustentável” que gira toda definição de limpo do Movimento (PETRINI, 2009 p. 114). Neste sentido o mesmo autor explica que:

Um produto é limpo na medida em que é sustentável do ponto de vista ecológico: portanto são necessários conhecimentos diversos para avaliar todas as consequências de sua produção e processamento sobre o meio ambiente. É preciso saber se os produtos estão entre aqueles fortemente comerciais, que reduzem a biodiversidade; se as técnicas de criação e cultivo

não empobrecem os solos com pesticidas [...] com rações e remédios; [...] se nós mesmos prejudicamos o ambiente para encontrá-los ou adquiri-los (PETRINI, 2009, p. 115).

JUSTO

Para o produto ser considerado justo, os agricultores e produtores artesanais devem receber uma remuneração justa, adequada ao trabalho desenvolvido e à alta qualidade do produto e, por sua vez, devem oferecer seus produtos a preços justos e transparentes. Na cadeia de abastecimento não deve haver discriminação de mulheres, pela nacionalidade, etnia, posição política ou crença religiosa e deve excluir a exploração do trabalho infantil.

Petrini (2009) comenta sobre os dois tipos de sustentabilidade que permeiam o conceito justo, a social que segundo o autor “significa garantir equidade e democracia, dar a todos o direito de viver acima da linha da pobreza em um mundo que pode produzir o bastante para todos” (PETRINI, 2009 p. 135). Ao que se refere à sustentabilidade econômica:

A justa remuneração para os camponeses é a premissa básica. Se um litro de azeite de oliva custar menos que 5 ou 6 euros, o camponês não recebe uma quantia justa, pois o custo de produção é superior ao preço final. Alguma injustiça ocorreu na cadeia de produção. [...] O mercado equitativo e solidário (fair-trade) faz um grande trabalho ao introduzir uma maneira diferente de pensar a economia do alimento. [...] O mundo das finanças, campo de batalha de multinacionais e comércios iníquos, tornou o dinheiro uma entidade esquiva e decididamente imaterial. Os capitais não são pacientes, não se fazem investimentos em empresas que garantem a justiça social e o resgate dos camponeses, nem que tenham baixo impacto ambiental (PETRINI, 2009, p. 137).

Para Oliveira (2014), o emprego do justo propicia que os outros valores do movimento aconteçam, principalmente, no que se refere ao direito à qualidade de vida e empregos dignos.

Assim, na concepção do Movimento *Slow Food*, é importante que haja justiça social, adotando condições de trabalho que respeitem o ser humano e seus direitos e capazes de gerar remunerações adequadas.

4.1.2 Comunidade do alimento

A partir da comida, Makuta (2018) mostra que é possível definir um conceito de comunidade que envolve todos que se identificam com um ou mais produtos da sociobiodiversidade e cultura alimentares e também aqueles que colaboram na criação da economia alimentar em seu entorno.

A Comunidade do Alimento é constituída por todos os sujeitos que operam no setor agroalimentar, da produção de matérias-primas à promoção de produtos acabados, e que se caracterizam pela qualidade e a sustentabilidade das suas produções. A comunidade do alimento está intimamente ligada ao próprio território do ponto de vista histórico, social, econômico e cultural.

O grupo de atores envolvidos compreende os problemas gerados pela agricultura industrial que degrada os recursos naturais, pela indústria alimentar e pelo modelo de distribuição que visa a homogeneização do gosto e que atua contra a agricultura familiar e a agroecologia. A Comunidade do Alimento pode produzir alimentos artesanais segundo os princípios do ‘alimento bom, limpo e justo’, ou trabalhar na construção de um modelo de produção, distribuição e consumo mais sustentáveis. Existem dois tipos de comunidades do alimento:

- De território: a comunidade produz vários produtos, até diferentes entre si, mas todos ligados a uma área geográfica delimitada ou a uma etnia indígena;
- De produto: a comunidade é composta por todos os agricultores, criadores, transformadores e distribuidores que contribuem de várias formas, na produção de um determinado produto proveniente de um território específico.

Os produtos das comunidades são elaborados em quantidade limitada por unidades de produção familiares ou de processamentos artesanais e de pequeno porte. O produto ou os produtos das comunidades se distinguem acima de tudo pela sua qualidade:

- Organoléptica: o produto é bom (possui ricas qualidades de sabor, textura, cheiro etc);
- Ambiental: o produto é limpo, natural, sustentável;

- Social: os produtores recebem uma retribuição justa; e, além disso, nas comunidades não se praticam discriminações de qualquer espécie, nem se recorre ao trabalho infantil.

Quando o *Slow Food* reconhece uma Comunidade do Alimento é porque identifica nela o alinhamento com os seus princípios, através da promoção dos alimentos bons, limpos e justos.

Makuta (2018) expõe que a relação das Comunidades do Alimento com o restante da rede *Slow Food* varia de caso a caso. Elas podem existir enquanto tal, independentemente da atividade do movimento, ou podem surgir diretamente da colaboração de um Convívio *Slow Food*³ em seu território.

A Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé pode ser considerada uma comunidade do alimento, pois se trata de uma área utilizada por populações extrativistas tradicionais, cuja subsistência baseia-se no extrativismo e, complementarmente, na agricultura de subsistência e na criação de animais de pequeno porte.

A RESEX Marinha do Pirajubaé é uma comunidade do alimento de território, pois, apesar de o berbigão ser o principal produto explorado, os extrativistas também realizam a exploração e comercialização de outros produtos, como peixes e crustáceos. Os produtos provenientes da reserva se distinguem principalmente por sua produção artesanal, sustentável e, pela importância econômica e cultural que possuem para manutenção da tradicional comunidade da região.

4.2 ENGENHOS DE FARINHA

Em Santa Catarina, assim como nas demais regiões brasileiras, a produção de farinha através da mandioca enriqueceu a economia a partir da segunda metade do século XVII. E até meados do século XX, existiam em Florianópolis 300 engenhos de farinha dos quais poucos foram preservados.

A maioria dos engenhos que continua com as suas atividades, participam da Rede Catarinense de Engenhos de Farinha, que reúne proprietários, trabalhadores e entusiastas destes complexos agroalimentares e culturais nas

³ O *Slow Food* usa este nome para nomear seus grupos locais, e é através deles que os associados realizam as atividades do Movimento.

cidades de Florianópolis, Garopaba, Biguaçu, Angelina, Imbituba, Palhoça, Bombinhas e Paulo Lopes. No presente trabalho foram analisados dois engenhos através dos casos de ensino: o Casarão Engenho dos Andrade e o Engenho da Costa da Lagoa.

O Engenho dos Andrade, datado de 1860, é um dos engenhos remanescentes que possibilita aos seus visitantes conhecer, além da arquitetura e estrutura históricas, o processo tradicional da produção da farinha de mandioca.

Outro local que perpassou o processo de colonização e é o último engenho de farinha do Leste da Ilha com características do século 19, erguido, provavelmente por volta de 1790, é o Engenho da Costa da Lagoa, mantido pela Associação Engenho, que em seu estatuto declara o local com fins culturais e preservacionistas. Bispo (2016) aponta que pelo menos uma vez ao ano, a associação promove a chamada farinhada, onde reúne a comunidade para resgatar as tradições de seus ancestrais. O evento remonta outro tempo da Costa, ainda viva nos poucos vestígios da ocupação humana, no saber fazer da comunidade que nunca se dissipou daquele canto da Lagoa e na oralidade que passa de pai pra filho.

Os engenhos de farinha representavam um local de atividade digna que permitia que os indivíduos tirassem a sua subsistência de seu próprio trabalho, o qual era fortemente vinculado às tradições de sua família. O resultado era um alimento saudável, sem agrotóxicos, cuja produção permitia a criação de vínculos sociais e culturais do produtor com seus semelhantes.

A decadência dos engenhos de farinha do Estado vem se acentuando desde a década de 60, quando indústrias de grande porte abriram as portas e esmagaram grande parte dos pequenos produtores. Competindo com estas indústrias, os engenhos precisam encontrar novas soluções para garantir a sua inserção no contexto econômico e socioambiental das comunidades onde se situam e assim manter sua viabilidade financeira e sua sobrevivência. Iniciativas têm sido o agro turismo, a compra e o consumo de seus produtos pela comunidade local, além da educação para as novas gerações, barrando assim a lógica da sociedade de consumo, que em seu contexto globalizado, tende a descontinuar as tradições, padronizando costumes ao redor do globo, principalmente hábitos alimentares.

Atualmente, a cultura do engenho que ainda utiliza muito o trabalho manual para a realização das atividades é praticada apenas em pequenas propriedades. Pereira (2017) explica que ao atingir o porte ótimo ocorre a colheita das raízes e os tubérculos retirados da terra devem ser levados rapidamente para a limpeza com intuito de diminuir a produção de ácidos. Após a limpeza ocorre o descasque das mandiocas o qual objetiva a retirada de partes que quando digeridas produzem componentes químicos tóxicos. A próxima etapa é a ralação seguida pela prensagem em prensas de madeira e extração de líquido tóxico, para evitar a fermentação e o escurecimento da farinha.

Tudo isto precisa ser executado com rapidez, bem como a próxima etapa, o esfrelamento. É então realizada a peneiração e posteriormente a torragem da farinha, processo de retirada da umidade na qual o forneiro precisa mexer constantemente com auxílio de um rodo. Pereira (2017) ressalta que a granulação da farinha, a temperatura do forno, o tempo de exposição da farinha no forno e a técnica de mexer a farinha são os principais fatores que influenciam o tipo de farinha produzido, consistindo em um critério de diferenciação entre os engenhos. O processo de produção da farinha bem como estes detalhes adicionais precisam ser repassados pela convivência familiar através da educação das novas gerações, reproduzindo a cultura e a tradição dos engenhos.

4.3 A RESERVA EXTRATIVISTA MARINHA DO PIRAJUBAÉ

De acordo com o Ministério do Meio Ambiente, a reserva extrativista é definida como uma área utilizada por populações extrativistas locais cuja subsistência baseia-se no extrativismo e complementarmente na agricultura de subsistência, com a criação de animais de pequeno porte. Além disso, a criação da RESEX tem como objetivo proteger os meios de vida e a cultura das populações residentes ali, assegurando os recursos naturais por meio do uso sustentável. A economia na RESEX não pode ser de grande escala, e sim voltada à sustentabilidade da população tradicional residente na área. Segundo o Cadastro Nacional de Unidades de Conservação (CNUC), até julho de 2015 existiam 90 reservas extrativistas no Brasil, sendo que 62 pertencentes à esfera federal e 28 à esfera estadual.

A RESEX Costeira do Pirajubaé, fundada em 1992, fica localizada na região urbana da Ilha de Santa Catarina (Florianópolis). Possui uma área de aproximadamente 1444 hectares, sendo que 740 hectares são manguezais localizados no entorno do rio Tavares e 704 são das áreas marinhas. É gerida por um conselho deliberativo (criado em 2011), o que possibilitou uma gestão mais participativa e integrada da unidade de conservação, e atualmente o ICMBio (Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade) é o órgão responsável pela administração da reserva.

Em relação à caracterização geral dos extrativistas na região, Ribas (2014) relata que se os moradores pudessem ser caracterizados e identificados na forma de um único sujeito em 2012, esse sujeito seria definido como um homem de 49 anos, natural de Florianópolis-SC, casado e pai de dois filhos, residente na Costeira do Pirajubaé, que vive da pesca e/ou do extrativismo. Além disso, com base na análise da autora, o sujeito teria o ensino fundamental incompleto e pelo tempo de serviço estaria próximo de sua aposentadoria, evidenciando um momento próximo de troca de gerações.

5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção, os dados obtidos no estudo são apresentados, comentados, interpretados e discutidos em relação ao que se avançou no conhecimento em relação ao tema central do trabalho. De modo geral, os resultados apresentados neste momento, referem-se à descrição dos fatos observados no objeto de estudo com a pretensão de discuti-los em torno dos pontos principais selecionados (redes sociais, normas técnicas e qualidade) de cada iniciativa.

5.1 ANÁLISE DO RELATÓRIO DO SEMINÁRIO NACIONAL DE COMERCIALIZAÇÃO AGRICULTURA FAMILIAR - SLOW FOOD

Há muitas discussões acerca do tema em questão e as informações contidas no Relatório são um ponto de partida para se pensar nas estratégias junto com cada organização, aproveitando o que cada uma já vem desenvolvendo. O maior desafio, observado pelos participantes do seminário, é o de construir uma agenda comum sem passar por cima ou criar atrito entre as diferentes organizações, pois há uma falta de conhecimento das próprias comunidades sobre as ameaças que sofrem, e muitas vezes só são percebidas pelas equipes em campo.

A aproximação entre o rural e o urbano, entre os diversos atores e organizações foi considerada fundamental para pensar nessas questões, uma vez que a comercialização e a logística são recorrentes problemas para a agricultura familiar. Muitos integrantes evidenciaram que às vezes a questão não é o mercado em si, mas o acesso a terra, por exemplo, que atrapalha o desenvolvimento da atividade. Além disso, há uma consciência de que muitas leis ainda atendem aos interesses industriais, e que os produtos artesanais não conseguem se adequar a elas sem perder a sua qualidade.

Os membros presentes consideraram importante o mapeamento e reavaliação do uso de equipamentos públicos para comercialização, tais como centros de distribuição, para dar suporte para esta articulação. E a criação de ações estratégicas para aumentar a visibilidade dos produtos da agricultura familiar aliando comercialização e educação em locais de grande circulação de

peessoas. Acreditam num avanço da comercialização através da priorização de circuitos curtos de comercialização através da participação de feiras, festivais, eventos, entre outros, pois são espaços estratégicos de articulação de ações de conscientização dos consumidores, e valorização de produtos locais e/ou regionais em espaços públicos. A venda direta é considerada uma forma estratégica de obviar as leis sanitárias que se aplicam para a circulação de produtos a longa distância.

5.2 ENGENHOS DE FARINHAS

A seguir são apresentadas as análises realizadas nos casos de ensino dos engenhos à cerca das redes sociais, normas técnicas e da qualidade e como elas se relacionam com a teoria apresentada anteriormente.

5.2.1 Redes sociais

Após a leitura dos casos de ensino, conseguiu-se perceber que os indivíduos não agem independentemente, que seus objetivos não são estabelecidos de maneira isolada e seu comportamento nem sempre é pautado em interesses individuais, existindo grande cooperação. Bem como destacado por (Murdoch, 2000), que aponta as redes horizontais como fator de favorecimento ao enraizamento local por meio de ações locais e de proximidade.

Pode-se explicar tal fato através do programa Cultura Viva, que foi lançado pelo Ministério da Cultura em 2004 buscando auxiliar na continuidade das diferentes tradições presentes no Brasil e para garantir a ampliação do acesso da população aos meios de produção, circulação e fruição cultural, cinco anos depois o Centro de Estudos e Promoção de Agricultura de Grupo (CEPAGRO) auxiliou os engenhos de farinha associados, unindo os mesmos em rede (a atualmente denominada Rede Catarinense de Engenhos de Farinha) e abrindo a possibilidade de reconhecimento como um dos 4000 Pontos de Cultura (PdC) espalhados pelo Brasil.

O Ponto de Cultura Engenhos de Farinha foi o local onde a cultura dos forneiros pode ser difundida por meio da comunicação, experimentação e da culinária, por exemplo, visando o fortalecimento destas pequenas agroindústrias

familiares enquanto espaços contemporâneos de manutenção do patrimônio agroalimentar.

No início de 2016, o Cepagro e o Ponto de Cultura Engenhos de Farinha receberam o Prêmio de Boas Práticas em Salvaguarda do Patrimônio Imaterial do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), ficando em quarto lugar dentre 121 propostas analisadas. Com o recurso proveniente do Prêmio, passou-se a realizar Encontros de Articulação da agora chamada Rede Catarinense de Engenhos de Farinha, que reúne proprietários, trabalhadores e entusiastas destes complexos agroalimentares e culturais de Florianópolis, Garopaba, Biguaçu, Angelina, Imbituba, Palhoça, Bombinhas e Paulo Lopes.

A partir da organização em rede dos Engenhos de Farinha, em conjunto com o *Slow Food*, implementou-se uma Fortaleza dos Engenhos de Farinha. As fortalezas *Slow Food* possuem o objetivo de atuar junto às comunidades e pontenciar seus trabalhos com alimentos bons, limpos e justos. Makuta (2018) coloca que o projeto estimula a aproximação entre produtores organizados e mercados sensíveis à qualidade de seus produtos.

Estes aspectos também influenciam para enfrentar os desafios na comercialização dos produtos, os quais não recebem uma diferenciação de valorização no mercado. Questões como a criação de selos ou formação de preço em rede são discutidos entre os donos de engenho e envolvidos na causa. Os engenhos precisam encontrar novas soluções para garantir a sua inserção no contexto econômico e socioambiental das comunidades onde se situam e assim manter sua viabilidade financeira e sua sobrevivência.

Para Silva (2017), é importante entender que a comercialização pode se aliar diretamente ao turismo, o qual pode ser melhor explorado, disseminando a cultura dos engenhos ao mundo afora. Guzatti (2000, p. 53), define o agroturismo como:

Um segmento do turismo desenvolvido no espaço rural por agricultores familiares organizados, dispostos a compartilhar seu modo de vida, patrimônio cultural e natural, mantendo suas atividades econômicas, oferecendo produtos e serviços de qualidade, valorizando e respeitando o ambiente e a cultura local e proporcionando bem estar aos envolvidos.

Ou seja, através do agroturismo os produtores podem desenvolver a região local, trocar experiências, transmitir o seu conhecimento, comercializar os

seus produtos de forma justa e de qualidade. Tudo isso respeitando o ritmo da natureza e promovendo uma mudança social através dos alimentos.

Além do agroturismo, Pereira (2017) ressalta também a compra e o consumo de seus produtos pela comunidade local e a educação para as novas gerações, pode transformar a lógica da sociedade de consumo, que em seu contexto globalizado, tende a descontinuar as tradições e padronizar costumes ao redor do globo. Segundo Darolt (2012), grande parte dos produtores de base ecológica que possuem bons resultados em sua comercialização tem utilizado, preferencialmente, circuitos curtos de comercialização, como feiras agroecológicas, entrega de cestas em domicílio e, mais recentemente, compras governamentais, embora exista uma diversidade de oportunidades, essas alternativas têm possibilitado uma maior autonomia dos produtores.

Ainda sobre as feiras, Fantuzzi (2016) coloca que é relevante destacar a importância dessa estratégia para escoar a produção de agricultoras e agricultores que produzem de forma agroecológica por absorver grande diversidade de tipos de alimentos *in natura* e beneficiados e por permitir uma remuneração justa pelo produto vendido, uma vez que são os próprios produtores comercializando diretamente ao consumidor final sem passar por atravessadores.

Do mesmo modo, Retière (2014, p.28) afirma que:

O impacto para a economia não é o mesmo se o valor agregado for destinado ao agricultor e ao artesão (com o processamento artesanal do alimento, por exemplo), do que para um gabinete de marketing encarregado da campanha de publicidade da empresa de grande distribuição ou da indústria agroalimentar. A circulação de dinheiro no nível local aumenta com os circuitos curtos. Ao contrário, o dinheiro gasto num supermercado deixa rapidamente a zona geográfica local.

A articulação dos engenhos para a captação de recursos está atrelada ao reconhecimento por parte da sociedade. Essa relação representa uma maneira digna e justa de se gerar renda e conhecimento a respeito do tema. A presença de uma sociedade civil organizada é essencial para garantir a democracia, a paz, a segurança e o desenvolvimento. A sociedade civil incentiva programas e políticas que capacitem os cidadãos a participarem das instituições sociais. De maneira geral, Pereira (2017) aponta que, o nível de confiança deve ser elevado

para que os esforços desse conjunto produtivo sejam alocados em resolver as problemáticas dos engenhos de farinha e satisfazer aspirações e necessidades econômicas, sociais e culturais comuns, por meio de uma propriedade coletiva e democraticamente gerida.

Neste sentido, para Bourdieu (2005) apud Moritz (2017, p.51):

[...] os mercados são produtos de uma construção social e o Estado se apresenta como um agente decisivo no processo por dois motivos: a) na construção da demanda, pois produz as preferências e as disposições individuais e; b) na construção da oferta, por meio de incentivos, normas e leis capazes de garantir o acesso ao mercado e as posições na estrutura do campo ocupadas pelos agentes.

Os engenhos podem ainda oferecer educação, através de visitas, desde as escolas primárias e fundamentais até as universidades, com o objetivo de gerar interesse pelas atividades, produtos e serviços do engenho, mas também se beneficiaram ao recebê-la, por exemplo, por estudantes de administração, economia, serviço social, história, jornalismo, agricultura, e outros cursos para encontrar soluções para os problemas que vêm enfrentando e reinserir assim os seus produtos e serviços no mercado.

Schmitt (2011) coloca que a articulação existente entre esses diferentes elementos tem o potencial de se traduzir tanto na força como na fragilidade das regiões rurais. A autora ainda afirma que:

A rede rural é, nesse sentido, uma das muitas, e, frequentemente, contraditórias estruturas (ou modos de organização) que operam nas regiões rurais e urbanas, podendo ser vista, portanto, como uma contra-estrutura, que busca romper com outras estruturas presentes, em um rural em transição Schmitt (2011, p. 102).

5.2.2 Normas técnicas

Apesar da riqueza dos costumes e hábitos presentes nos engenhos de farinha, muito valorizados principalmente pelos moradores mais antigos, foram enfraquecendo ao longo dos anos, principalmente por conta do crescimento das agroindústrias.

No Brasil, durante longa data o engenho fora um empreendimento das famílias com um alto poder aquisitivo. Entretanto, para Pereira (2017), hoje um

dos seus maiores problemas é a perda de espaço para outros modelos de agricultura mais rentáveis, sobretudo aquele baseado na indústria do alimento que promove o monocultivo desfavorecendo a biodiversidade das espécies e as culturas e tradições por trás do alimento.

Rocha et al. (2017, p.67) aponta que “mediante o processo de industrialização brasileira, muitas indústrias surgiram como maneira substituir a importação e ter produtos sendo produzidos em solo brasileiro”. E devido a esse processo, a população rural a partir da década de 1930, se intensificando na década de 1960 a 1980, migrou para os centros urbanos, onde a industrialização requeria mão de obra. Andrade (1991) pontua algumas consequências do desenvolvimento industrial:

O desenvolvimento industrial, estimulando o crescimento da população urbana, e o surgimento de grandes núcleos populacionais concentrados, criou a necessidade de abastecimento desses núcleos, as redes de estradas que possibilitaram a chegada aos mesmos dos produtos agrícolas. Esse crescimento se faz ora de forma horizontal, com a ampliação da área cultivada, ora de forma vertical, com o crescimento da produção por hectare cultivado - aumento da produtividade. Para se obter um crescimento vertical da produção, tanto em relação à área ocupada como em relação ao número de braços ocupados, a agricultura vem sendo racionalizada, com maior emprego de máquinas e a consequente mecanização das fainas agrícolas (ANDRADE, 1991, p. 214).

Ao mesmo tempo, a partir da criação da Constituição Federal de 1988, que assegurou o direito ao acesso de toda população aos serviços de promoção, proteção e recuperação da saúde, de grande importância para o estabelecimento da Vigilância Sanitária que se tem nos dias de hoje.

Silva (2017) coloca que com as legislações da Vigilância Sanitária sobre os pequenos produtores de farinha de mandioca, exigindo a alteração de diversos procedimentos, como a substituição de bois por motores elétricos para tracionar a produção, o chão de terra por azulejo e as peças de madeira por estruturas de inox, por exemplo, inviabilizaram financeiramente a produção.

Os engenheiros⁴ defendem que o fato de as instalações dos engenhos serem rústicas, não significa que não são higiênicas. Ressaltam a importância de que seja percebida a matéria prima em si, e toda a riqueza cultural trazida por ela. Mesmo buscando a certificação através do selo Orgânico Brasil do

⁴ Trabalhadores dos engenhos de farinha.

Ministério da Cultura, os engenhos teriam que se enquadrar em condições de agroindústrias comuns, o que descaracteriza o processo produtivo valorizado por eles.

De maneira geral, as normas explícitas vigentes no mercado convencional também não contribuem com os engenhos devido à burocracia que impõe sobre eles. Logo, competindo com a agroindústria, os engenhos precisam encontrar novas soluções para garantir a sua inserção no contexto econômico e socioambiental das comunidades onde se situam e assim manter sua viabilidade financeira e sua sobrevivência.

Outra questão destacada pelos autores dos casos de ensino é o acesso a terra, pois muitas áreas onde ocorria o plantio da mandioca, hoje estão urbanizadas, devido a falta de delimitação das zonas rurais na Ilha de Florianópolis. Silva (2017) coloca que isso acontece por influência do Governo, o qual se beneficia por arrecadações maiores de impostos, caracterizando as áreas desta forma.

A autora aponta que uma alternativa para os engenhos seria a terceirização das terras, onde o plantio da mandioca iria ocorrer em outros locais, os quais ainda possuem espaço viável para esta prática. Todavia, o processo produtivo não estaria concentrado, trazendo maiores custos referente aos gastos com logística e possíveis arrendamento de terras.

Podemos compreender a logística como sendo o transporte, o estoque e a distribuição dos produtos. Muitas iniciativas agroecológicas, como os engenhos de farinha, possuem uma limitação nesses aspectos. São poucas as organizações que possuem meio de transporte próprio para distribuir os seus produtos e/ou locais adequados para armazenar, não somente os produtos acabados, mas também os insumos em processamento, além de muitas propriedades estarem fixadas em locais de difícil acesso. Nesse sentido, faz-se necessário uma política estruturante de apoio a essas organizações para viabilizar a comercialização de seus produtos.

5.2.3 Qualidade

O processo produtivo realizado pelos engenhos engloba etapas essenciais, que devem ser feitas uma após a outra, sem grande intervalo de

tempo, já que a fermentação e o escurecimento da farinha comprometem a qualidade do produto. Cada detalhe do processo produtivo garante ao produto final características únicas, que certamente são orgulho de seus fabricantes.

Cada família de engenheiros carrega consigo práticas que foram difundidas ao longo dos anos, saberes familiares que se traduzem em produtos exclusivos, com uma qualidade única, ou seja, cada farinha tem o seu sabor, a sua granulação e torra especiais. O consumidor quando se atenta para essas questões, valoriza essas práticas e consome e saboreia os produtos também por esse fato. Não é somente o paladar que agrada, no caso das farinhas, mas a história que essa carrega consigo.

Pereira (2017) mostra que para a revalorização dos engenhos de farinhas, será necessária a adoção de práticas que envolvam os indivíduos que possuem contato com os grupos produtores de farinha de mandioca, sejam eles moradores locais, visitantes e consumidores. A valorização do produto também passa pelo incentivo do Estado na promoção dessa cultura.

Uma alternativa observada no Casarão e Engenho dos Andrade foi a preservação do patrimônio material e imaterial, através da realização ações educativas e culturais para difusão da cultura local. No local são realizados projetos, como o “Projeto Vivenciando a Cultura Tradicional no Casarão e Engenho dos Andrade”, que busca reavivar a cultura popular e rural da Ilha de Santa Catarina, oferecendo visitação às escolas públicas gratuitamente, onde os alunos podem vivenciar a fabricação da farinha, oficinas de cerâmica, passeios no carro de boi e danças folclóricas. O Projeto é realizado com o apoio da Fundação Catarinense de Cultura, da Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte, do Estado de Santa Catarina, da Secretaria da Cidadania e da Diversidade Cultural, do Ministério da Cultura e do Governo Federal.

Outra ação observada foi a realização anualmente da tradicional Farinhada do Divino, onde há shows com bandas locais, almoço com comidas típicas, concurso de forneiro (onde *chefs* dos restaurantes locais analisam as farinhas locais e apontam a melhor e o melhor forneiro), entre outras atividade.

São ações como essas, que possibilitam a divulgação dos produtos artesanais, da cultura local e tradicional e buscam preservar os conhecimentos adquiridos de geração em geração, que estão sendo perdidos ao longo dos anos, uma vez que muitos jovens buscam melhores condições de vida no meio urbano.

5.3 RESERVA EXTRATIVISTA MARINHA COSTEIRA DO PIRAJUBAÉ

Uma reserva tem como objetivos básicos proteger o meio ambiente e a cultura dessas populações, e assegurar o uso sustentável dos recursos naturais da unidade. Nesse sentido, os produtos da comunidade da reserva são elaborados em quantidade limitada e são provenientes de processos mais artesanais, caracterizando e distinguindo esta produção por sua qualidade e sustentabilidade. A seguir são apresentados os resultados das análises realizadas no caso da Reserva Extrativista da Costeira do Pirajubaé acerca das redes sociais, normas técnicas e da qualidade.

5.3.1 Redes sociais

A extração do berbigão é a principal atividade da reserva, que possui uma organização da sociedade civil inserida no seu espaço-território, a Associação Caminho do Berbigão, presidida pelo morador da reserva Fabrício Gonçalves. Essa organização segundo Ribas (2014) possui alguns desafios principalmente no que tange ao choque de interesses. Ela afirma que existe uma grande tendência ao individualismo na reserva e isso acaba gerando alguns conflitos que precisam ser sanados para assim garantir um bem estar social para todos.

Há nesse caso, a necessidade de buscar auxílio para a resolução desses entraves. Muitas vezes, pequenas comunidades não conseguem avançar como grupo, pois não tem o apoio necessário. Precisam-se desenvolver mecanismos de gestão de seus recursos através da cooperação dos pescadores, dando voz a todos os envolvidos e buscando sempre a satisfação da rede. A chamada gestão horizontal. E muitas vezes, esses mecanismos precisam vir de fora, envolvendo a sociedade e desenvolvendo a região.

Os próprios extrativistas possuem consciência da importância dessas parcerias e sabem que, para a solução de grande parte das dificuldades enfrentadas por eles, é necessária a união e cooperação de todos os integrantes da reserva em conjunto com escolas, universidades, ONG's, instituições locais, governo, organizações da sociedade civil, entre outros, que trazem para a reserva conhecimentos riquíssimos e propagam o seu trabalho para a comunidade.

Logo, para aproximar a reserva da comunidade, seu Vado já propôs dar aulas sobre técnicas de pesca para as crianças de uma escola próxima, visando um projeto que possibilitasse tal ação com o intuito de familiarizar as crianças com a atividade desde cedo e disseminar o conhecimento tradicional adquirido ao longo de uma vida de trabalho. Assim, buscou-se parceria com uma escola por meio de uma professora, a qual não despertou interesse, o que fez o projeto ficar somente no papel.

Parcerias como essa buscada pelo Seu Vado auxiliam na comercialização dos pescados, pois mostram a riqueza dos produtos presentes na reserva para a comunidade. Muitas pessoas se deslocam até os mercados convencionais para adquirir pescados que são extraídos na sua própria comunidade, muitas vezes por preços mais altos.

Outro ponto a ser destacado é uma das iniciativas do Governo Federal, O Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), que pela Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009, determina que no mínimo 30% do valor repassado a estados, municípios e Distrito Federal pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) para o PNAE devem ser utilizados obrigatoriamente na compra de gêneros alimentícios provenientes da agricultura familiar. O mesmo poderia ser feito para os produtos das reservas extrativistas espalhadas pelo Brasil, pois determinações como essa representam uma importante conquista no que se refere às iniciativas de compras públicas sustentáveis articuladas ao fortalecimento das comunidades locais.

Em relação ao PNAE Costa et al. 2015, p. 117 coloca que

Apesar de o volume de recursos destinados aos grandes centros para aquisição de alimentos para alimentação escolar ser significativo, a logística de distribuição dos alimentos nas escolas é complexa e os padrões exigidos dos produtos impossibilitam ou dificultam o acesso pelos empreendimentos de agricultura familiar.

Criando mecanismos de gestão para a compra direta do produtor cadastrado, com dispensa de licitação, democratizando e descentralizando as compras públicas, criando mercado para os pequenos produtores, dinamizando a economia local e seguindo em direção ao fornecimento de uma alimentação mais adequada.

Confirmando o que foi colocado por Becker (2010), as redes são formas de apoio político onde os atores mobilizam os seus recursos de forma a avançar posições individuais e grupais, mesmo que a custa de perdas ou desvantagens para as organizações das quais são representantes. Essas redes são também mobilizáveis como grupos de pressão, de forma a extrair rendimento e benefícios que serão assimetricamente distribuídos pelos atores sociais, de acordo com a sua centralidade, peso e importância no seio de uma determinada rede social.

Uma alternativa que gera interesse dos pescadores e poderia trazer vários benefícios para a reserva é o agroturismo, pois além das belezas naturais que a Reserva contém e que qualquer visitante pode desfrutar, existe a possibilidade de explorar outras atividades que atraem muitos turistas, como o passeio de barco (em barcos construídos artesanalmente pelos próprios extrativistas), a experimentação da pesca artesanal, a visita aos tradicionais ranchos de pesca, a culinária típica, etc. Isso possibilitaria a propagação da cultura e das tradições da comunidade.

Há uma relação importante entre quem produz e quem consome o alimento, que é uma das bases da produção agroecológica. Conhecer onde é feito, de que modo e por quem ele é produzido são características dessa produção, por isso outra sugestão seria a parceria com bares e restaurantes locais, que comprariam os produtos diretamente dos pescadores, numa relação de confiança, que pode trazer diversos benefícios, como o escoamento justo da produção e a divulgação dos pescados através dos restaurantes. A presença dos restaurantes nesta cadeia logística não faz deles necessariamente um agente atravessador entre as duas pontas, pelo contrário, pode ser um facilitador de acesso entre produtores e consumidores.

O agroturismo e a parceria com restaurantes também pode ser benéfica para envolver os jovens da comunidade, que percebendo a desvalorização da atividade e estando muito próximos de outras oportunidades, buscam outros caminhos, fazendo com que diversos saberes corram risco de desaparecer ao longo dos anos.

5.3.2 Normas técnicas

As áreas das reservas pertencem ao domínio público, porém, tem o uso concedido às populações extrativistas tradicionais. Por ser de domínio público, a visitação é permitida desde que os interesses locais e o plano de manejo da unidade não sejam interferidos. Além disso, as pesquisas científicas são incentivadas a serem realizadas no local, desde que sejam autorizadas pelo órgão ambiental responsável. Dentro da área é proibida a prática da caça tanto amadorística quanto profissional. Toda unidade deve possuir um conselho deliberativo, que é presidido pelo órgão responsável pela administração da área além de ser constituído por representantes de órgãos públicos, de organizações da sociedade civil e das populações tradicionais residentes na área.

Em relação às normas e regras, Ribas (2014) revela que a RESEX apesar de ter 24 anos de existência não possui Plano de Manejo Participativo, conforme exigência estabelecida pela Lei Federal Nº 9.985 e também não tem estabelecido as diretrizes previstas na Instrução Normativa Nº 01/2007 do ICMBio. Em contrapartida, ela possui algumas regulamentações relativas ao processo de extração dos recursos naturais tais como o Plano de Utilização da RESEX e a Instrução Normativa Nº 81/2005 do IBAMA. O primeiro declara que os extrativistas são coautores e cogestores na administração da unidade, estabelecendo também critérios que devem ser seguidos por todos lá dentro. Dentre esses critérios, proíbe o desmatamento e a introdução de animais e vegetais, a caça e a pesca nos rios, canais e no manguezal da reserva. Além disso, o plano de utilização da RESEX permite a captura de peixe, camarão, siri, berbigão e outras espécies somente na área marinha adjacente ao manguezal (estuário).

Ribas (2014) afirma que a Instrução Normativa 81/2005 foi recentemente substituída pela Portaria Nº 187/2013 do ICMBio, sendo elaborada de forma participativa com parceria do Conselho Deliberativo e dos próprios extrativistas da reserva. Nela são expostas as normas para extração e coleta do molusco bivalve *Anomalocardia brasiliiana*, conhecido localmente como berbigão. Além disso, sua extração para fins comerciais só pode ser realizada por extrativistas devidamente cadastrados que possuam o equipamento permitido para extração devidamente regularizado. Essa Instrução Normativa também determina os sistemas de rodízio de captura do molusco, garantindo a reprodução da espécie e

respeitando os limites ecologicamente sustentáveis de regeneração do meio ambiente.

Em conversas com os extrativistas também se percebeu um descontentamento a respeito do preço recebido pela venda de seus produtos. Por motivações legais (exigência de estruturas industriais específicas para a coleta, o manejo e o armazenamento dos pescados, que são inviáveis economicamente alteram o produto final) e de organização interna, os extrativistas permanecem reféns de intermediários que, na maioria das vezes, oferecem valores extremamente baixos aos produtos que são ofertados no mercado a preços muito superiores.

Desse modo, a comunidade extrativista sofre com a desvalorização de seu trabalho e produção artesanal, sendo forçada a viver com uma renda incompatível ao trabalho realizado e, muitas vezes, insuficiente ao adequado sustento de suas famílias.

Uma possível solução para esta problemática seria estabelecer relações comerciais mais justas entre produtores e consumidores, se organizando em redes de produtores, buscando algum tipo de certificação do produto, e, principalmente, priorizando as cadeias curtas de comercialização.

Para Marsden et. al. (2000) o mais importante para caracterizar um circuito curto ou cadeia curta é o fato de um produto chegar às mãos do consumidor com informações que lhe permitam saber onde o produto foi produzido (lugar), por quem (produtor) e de que forma (sistema de produção).

Para se ter uma ideia, em 2010, as vendas em circuitos curtos canalizaram metade do valor total das compras da produção orgânica certificada no mercado interno brasileiro (BLANC e KLEDAL, 2012). E apesar de a maioria (72%) dos brasileiros ainda comprar em canais longos (como supermercados), pode-se perceber uma mudança, pois 42% dos consumidores já compram produtos orgânicos em lojas especializadas e 35% em feiras do produtor (KLUTH; BOCCHI JR.; CENSKOWSKY, 2011).

5.3.3 Qualidade

Conversando com os pescadores mais antigos, compreendeu-se que a introdução na pesca, se dá por meio da tradição, uma cultura que perpassa entre

pais e filhos. Seu Vado, um dos mais velhos e mais experientes pescadores da RESEX, relatou que começou a pescar pela exigência de seu pai, para ajudar no sustento da família. E assim foi pegando gosto pela atividade, tendo hoje um conhecimento muito rico sobre a pesca, o extrativismo e sobre como produzir artesanalmente os apetrechos utilizados (canoa, tarrafa, agulha de fazer tarrafa, remo...). Todo esse conhecimento adquirido ao longo dos anos caracteriza o produto final, que chega a mesa dos consumidores com uma riqueza de valores, pois não é mais um pescado qualquer, é um alimento que carrega consigo histórias e vivências locais.

Uma das principais problemáticas da RESEX, surgiu após o aterramento para a construção da Via Expressa, o que culminou na queda brusca de renda devido à problemas de reprodução do camarão, que antes do berbigão era o produto de maior valor econômico na região. Isso gerou uma dificuldade para os pescadores e extrativistas, pois eles não conseguiram sustentar suas famílias, tendo que recorrer a empregos oferecidos na cidade, afim de complementarem a sua renda.

A exploração de alguns pescados, como o berbigão e o camarão, sofrem com a não fiscalização do poder público sobre os indivíduos que exercem a atividade da pesca no local, pois há a extração desses pescados antes mesmo de chegarem à fase adulta e/ou de reprodução, ocasionando uma queda na qualidade no produto e gerando um enorme impacto ambiental.

Outra questão também é a não valorização das mulheres, que possuem pouco espaço dentro da reserva. Do ponto de vista da regulamentação e reconhecimento da participação da mulher na atividade, apesar de algumas serem cadastradas nos órgãos competentes, esta parece ser a realidade da minoria delas. Por meio da conversa e das observações realizadas, percebe-se que as mulheres parecem não possuir participação nas assembleias e decisões da comunidade, assim como não tratam das questões legais.

Em síntese, o que se pode identificar quanto ao tema “gênero” é que há uma relação forte de dependência da mulher em relação ao companheiro. As mulheres permanecem realizando atividades de apoio ao pescador, não sendo, na maioria das vezes, cadastradas e reconhecidas legalmente como pescadoras ou extrativistas.

Uma alternativa interessante para a revalorização do trabalho da mulher, que é inviabilizado, seria a criação de um selo específico para o berbigão produzido por mulheres, tal como o Café Familiar da Terra – Orgânico Feminino, que deu voz a um grupo de mulheres da Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo (Coopfam), município onde elas vivem. O café orgânico feminino surgiu após a criação do grupo das Mulheres Organizadas Buscando Independência (Mobi), “a ideia era fazer um produto com a cara dessas mulheres e com a marca de luta” (CASTILHO, 2017).

Castilho (2017) coloca que o Mobi também gerou outros frutos na comunidade, em Poço Fundo. Unidas, as mulheres também começaram a produzir artesanatos feitos a partir das palhas e da borra de café, além de cultivarem flores.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse momento do trabalho, os objetivos propostos inicialmente serão respondidos. O desenvolvimento desse capítulo se dará por meio de reflexões acerca das análises expostas no capítulo anterior e das relações entre os conceitos expostos, a fim de enriquecer a compreensão do leitor sobre o tema e o campo das ciências da administração.

O presente trabalho teve como objetivo geral identificar os atributos que compõem as estratégias de comercialização, utilizadas por produtores tradicionais, apoiados pelo Movimento *Slow Food*, no processo de construção social de mercados da sociobiodiversidade. Essas características foram observadas, tendo como base as categorias de análise: redes sociais, normas técnicas e qualidade.

Portanto, como primeiro objetivo específico, buscou-se identificar as principais estratégias de comercialização e a análise dos dados coletados possibilitou que esse objetivo fosse atingido, pois através dos casos de ensino, do relatório e da pesquisa de campo, as práticas utilizadas pelos atores foram detectadas e examinadas, conforme se observa no Quadro 04.

Quadro 04 - Principais estratégias de comercialização identificadas.

Principais estratégias de comercialização identificadas	<ul style="list-style-type: none">• Direta ao consumidor final;• Através de intermediários;• Feiras orgânicas e agroecológicas;• Através do turismo;
---	---

Elaborado pela autora (2018).

Já no que se refere ao segundo objetivo específico da pesquisa, o de analisar os pontos fortes e fracos dessas estratégias, os estudos realizados sobre os engenhos de farinha e a extração do berbigão, mostraram que as formas de comercialização utilizadas por essas comunidades são, na maioria das vezes, impostas sobre os produtores, que sem o apoio necessário, se submetem a condições injustas de compra e venda. Mas também mostraram que há uma crescente mobilização de diversas instituições para transformar essa realidade e

que o consumidor está cada vez mais consciente do impacto que a suas escolhas geram no planeta.

O aumento do número de consumidores que buscam alimentos da sociobiodiversidade confronta com a uniformização dos alimentos imposta pelo mercado. E ao longo deste trabalho, foi possível constatar ações e movimentos de consumidores que valorizam atributos de qualidade do alimento, a busca por esses produtos se dá, muitas vezes, por uma questão de saúde, mas também, pela qualidade representativa presente nesses alimentos, como tradição, origens e raízes, uma vez que esses alimentos trazem arraigados na sua composição à história particular de uma comunidade, de um território, de um grupo ou de uma região que o fizeram como únicos.

Por essas razões, surgiram diversas iniciativas, que pretendem resgatar as tradições relacionadas aos alimentos e o seu consumo, como o prazer de se alimentar, através de produtos que respeitam o meio ambiente e as pessoas envolvidas em sua fabricação. Uma delas é o movimento *Slow Food*, que promove globalmente atividades para fomentar a discussão e aprofundar diversas questões que estão ligadas ao sistema alimentar vigente.

Apoiados nos princípios do *Slow Food* foram analisados as estratégias de comercialização utilizadas nos engenhos de farinha de mandioca e na Reserva Extrativista da Costeira do Pirajubaé, onde foram encontradas diversas dificuldades na manutenção da atividade artesanal, mas também foram percebidas diversas iniciativas, como o turismo, a comercialização direta com os consumidores, as parcerias com instituições de ensino, entre outras, que vem fortalecendo o consumo regional desses produtos da sociobiodiversidade. Ou seja, podemos afirmar que existe um potencial real de valorização dos alimentos produzidos pelas comunidades do alimento analisadas.

Os produtos tradicionais, principalmente os alimentos, sempre estiveram disponíveis para o consumidor final, porém, não era percebida a sua importância nutricional e cultural e muitos agricultores quando os produziam, buscavam apenas o consumo familiar. Atualmente, pode-se dizer que esses produtos foram redescobertos pelo consumidor, de tal forma que os produtores rurais estão aumentando a sua produção, diversificando os tipos de produtos, a sua apresentação (embalagem) e a sua forma de comercialização.

Essa redescoberta dos produtos pela sociedade trouxe também diversos debates acerca dos métodos utilizados para o escoamento desses produtos, o papel do poder público e da sociedade nessas questões e as inseguranças dos produtores em persistir na atividade tradicional. Mesmo sabendo-se da complexidade da comercialização dos produtos artesanais, encontram-se diversas alternativas.

A articulação comercial em rede se apresenta como uma forma de responder às necessidades do mercado, sem perder as características tradicionais de cada iniciativa, uma vez que proporciona o aumento do volume e da diversificação dos produtos, resultando em maior poder de negociação das redes, alcançando um número maior de pessoas e gerando uma precificação mais justa para os produtores.

Para que essa articulação se fortaleça, se torna importante priorizar os circuitos curtos de comercialização, pois reduzem os custos dos produtores e os consumidores poderão ter fácil acesso aos produtos artesanais locais. Esses mercados de proximidade reduzem ao mínimo a intermediação e unem a oferta e a demanda local de alimentos, tornando-se uma ótima ferramenta para o desenvolvimento econômico e social da região.

Um bom exemplo de circuitos curtos são as feiras agroecológicas, que além de um espaço de comercialização, se apresentam como espaços estratégicos de articulação de ações de conscientização dos consumidores. Aliar a comercialização com a educação dos consumidores, também pode ser considerada uma alternativa para os desafios de escoamento da produção dos pequenos agricultores.

A ecogastronomia é uma manifestação cultural das mais importantes, pois o alimento está fortemente ligado à história e às tradições culturais de toda uma comunidade. Dessa maneira, percebeu-se que a aproximação junto a bares e restaurantes, se torna uma forma de visibilizar, valorizar a produção da agricultura familiar e da sociobiodiversidade, de escoar a produção, qualificar e inovar o uso destes produtos com a parceria de *chefs* e cozinheiros. Essa parceria também auxilia na comunicação dos valores presentes nesses produtos e/ou alimentos e na própria divulgação dessas comunidades.

A culinária é, também, um fato muito importante na escolha de um destino turístico, a ecogastronomia pode possuir uma elevada parcela no

consumo dos turistas. No Brasil, o agroturismo cresce a cada dia e está presente em diversas regiões, oferecendo além da gastronomia, a vivência da cultura tradicional do local através de suas diversas modalidades aos turistas.

Outra alternativa para os produtores, seria a diversificação de suas mercadorias, possibilitando a flexibilização de seus processos produtivos e podendo assim atender com maior eficiência à diversificação da demanda, que busca cada vez mais por produtos diferenciados.

O poder público precisa ser um aliado nessa jornada, promovendo políticas de crédito para a comercialização, viabilizando o capital de giro para os agricultores e a formação de estoques das comunidades. O Estado pode auxiliar no fortalecimento da autonomia desses agricultores, através de políticas públicas de acesso a terra e através de compras públicas, que promovem a aquisição de alimentos produzidos pela agricultura familiar e uma alimentação mais saudável. Uma vez que a oferta dos alimentos estará mais próxima dos consumidores, permitindo que os produtos sejam frescos, diversificados, de qualidade e adequados ao hábito alimentar local, respeitando também as tradições culturais da população da região.

No que diz respeito à logística desses produtos é importante destacar o papel da infraestrutura no meio rural (estradas, pontes, vias fluviais), que facilitem o acesso aos mercados pelos produtores artesanais e possibilitem a vinda de consumidores aos locais de produção.

Em conclusão, a adoção dessas estratégias, em conjunto com ações estruturantes do Estado, poderá propiciar a reprodução social do agricultor familiar em um mercado cada vez mais competitivo, bem como melhorar sua qualidade de vida.

O terceiro e último objetivo específico proposto foi o da construção de um Quadro-Síntese com as principais estratégias discutidas e o apontamento dos pontos positivos e dos desafios encontrados, conforme se observa no Quadro 05.

Quadro 05 – Quadro-Síntese

Principais estratégias de comercialização	Pontos Positivos	Desafios
Direta com consumidor	O produtor recebe um preço justo; os produtos chegam frescos ao	A busca pela certificação; a comercialização de produtos

	consumidor; o consumidor e o produtor criam vínculos de confiança.	de forma ilegal (antes da certificação).
Através de intermediários	-	Valor pago ao produtor muito baixo.
Feiras orgânicas e agroecológicas	Integração com outros produtores; o produtor recebe um preço justo; os produtos chegam frescos ao consumidor; o consumidor e o produtor criam vínculos de confiança; comprometimento do consumidor com o produtor.	Organização dos produtores; deslocamento até as feiras.
Através do turismo	Reconhecimento e divulgação da cultura; diversificação da produção; atrai o jovem a continuar na atividade; envolve toda a família.	Organização dos produtores; gestão das propriedades para o turismo; divulgação do turismo.
Restaurantes orgânicos e agroecológicos	Resgate de sabores tradicionais; atrai o jovem a continuar na atividade; divulgação dos produtos tradicionais;	“Gourmetização” da atividade.

Elaborado pela autora (2018).

Após a reflexão exposta neste trabalho, acerca da comercialização de produtos da sociobiodiversidade percebe-se que, apesar das dificuldades encontradas, há diversas alternativas a serem exploradas pelos produtores e que há um movimento por parte dos consumidores em adquirir esses produtos.

Uma vez que a presente pesquisa é exploratória, é possível identificar lacunas importantes a serem preenchidas por estudo posteriores, como:

- As estratégias de comercialização em outras organizações da sociobiodiversidade;
- A evolução das estratégias de comercialização nas organizações apresentadas.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **Entre deus e o diabo:** mercados e interação humana em ciências sociais: tempo social. Revista de Sociologia da USP, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 35-64, 2004.

ANDRADE, M. C. **Geografia econômica.** 11. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

BATALHA, M. O.; SCARPELLI, M. Gestão da cadeia agroindustrial. In: **WORKSHOP O GRONEGÓCIO NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO**, 2002, Brasília. Anais do Workshop O agronegócio na sociedade da informação. Brasília DF: Programa Sociedade da Informação - MCT, 2002.

BISPO, F. **Costa da Lagoa:** uma herança colonial está ameaçada. Obtido via internet: <https://ndonline.com.br/joinville/especial/costa-da-lagoa-uma-heranca-colonial-esta-ameacada>. Acesso em 05 de junho de 2018.

BIANCHINI, V. Políticas Diferenciadas para a Agricultura Familiar: em busca do desenvolvimento rural sustentável. In: BOTELHO FILHO, F. B. (org). **Agricultura Familiar e Desenvolvimento Territorial - contribuições ao debate.** Brasília: Universidade de Brasília, Centro de Estudos Avançados Multidisciplinares, v. 5, n. 17, 2005. p. 81-98.

BLANC, J.; KLEDAL, P.R. The brazilian organic food sector: Prospects and constraints of facilitating the inclusion of smallholders. **Journal of Rural Studies**, 2012, p. 142-154.

BRANDENBURG, A.; FERREIRA, A.D.D. (Orgs.). **Agricultores ecológicos e o ambiente rural:** visões interdisciplinares. São Paulo: Annablume; CNPq; Petrobras, 2012. p. 21-32.

CANCLINI, N. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

CAPORAL, F. R. Em Defesa de um Plano Nacional de Transição Agroecológica: compromisso com as atuais e nosso legado para as futuras gerações. In: Caporal, F. R.; Azevedo, E. O. (orgs.) **Princípios e Perspectivas da Agroecologia.** Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná, 2011. p. 123-153.

CASTILHO, I. **Sead leva café orgânico feminino para a Bio Brazil Fair.** Obtido via internet: <http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/sead-leva-caf%C3%A9-org%C3%A2nico-feminino-para-bio-brazil-fair>. Acesso em 08 de junho de 2018.

CHIZZOTTI, A **Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais**. 3. Ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

CONTERATO, M. et al. Mercantilização e mercados: a construção da diversidade da agricultura na ruralidade contemporânea. In: SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. (Org.). **Os atores do desenvolvimento rural: perspectivas teóricas e práticas sociais**. Porto Alegre: UFRGS, 2011. p. 67-89.

COSTA, B. A. L.; JUNIOR, P. C. G. A.; SILVA, M. G. As Cooperativas de Agricultura Familiar e o Mercado de Compras Governamentais em Minas Gerais. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 53, n. 1, p. 109-126, Jan/Mar 2015.

COSTABEBER, J. A.; CAPORAL, F. R. Possibilidades e Alternativas do Desenvolvimento Rural Sustentável. In: VELA, Hugo. (Org.): **Agricultura Familiar e Desenvolvimento Rural Sustentável no Mercosul**. Santa Maria: Editora da UFSM/Pallotti, 2003. p.157-194.

CRUZ, F. T.; SCHNEIDER, S. Qualidade dos alimentos, escalas de produção e valorização de produtos tradicionais. **Revista Brasileira de Agroecologi**. p. 22-38, 2010.

DAROLT, M. R. et al. REDES ALIMENTARES ALTERNATIVAS E NOVAS RELAÇÕES PRODUÇÃO-CONSUMO NA FRANÇA E NO BRASIL. **Ambiente & Sociedade**. São Paulo v. XIX n. 2, p. 1-22, abr.-jun. 2016.

DEQUECH, D. Instituições e a relação entre economia e sociologia. **Estudos Econômicos**, v.41 n.3, 2011.

DEMO, P. **Metodologia Científica em Ciências Sociais**. 3 edição. São Paulo: Atlas, 1995.

DUARTE, F.; FREI, K. Redes Urbanas. In: Duarte, Fábio; Quandt, Carlos; Souza, Queila. O Tempo Das Redes. Editora **Perspectiva**, 2008.

ESTEVAM, Dimas de O. MIOR, Luiz Carlos. (Org.). **Inovações na agricultura familiar: as cooperativas descentralizadas em Santa Catarina**. Florianópolis: Insular, 2014.

FANTUZZI, D. A importância da feiras agroecológicas para as cidades. Obtido via internet: <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Meio-Ambiente/A-importancia-da-feiras-agroecologicas-para-as-cidades/3/36223>. Acesso em 03 de junho de 2018.

FLIGSTEIN, N. Markets as politics: a political cultural approach to market institutions. **American sociological review**, v. 61, n. 4, p. 656-673, ago., 1996.

FREEMAN, L. **The Development of Social Network Analysis**. Vancouver: Empirical Press, 2006.

GARCIA-PARPET, M. F. A construção social de um mercado perfeito: o caso de Fontaines-en-sologne. **Estudos Sociedade e Agricultura**, 20, p. 5-44, abril, 2003.

GIDDENS, A. A vida em uma sociedade pós-tradicional. In: BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. (Org.). **Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna**. São Paulo: Unesp, 1997. p. 73-134.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOODMAN, D. **Place and space in alternative food networks: Connecting production and consumption**. Department of Geography. King's College London. 36p. 2009.

GRANOVETTER, M. **Le marché autrement: essais de Mark Granovetter**. Paris, Desclée de Brouwer, 2000.

GUERRA, E. L. A. **Manual Pesquisa Qualitativa**. Belo Horizonte: Grupo Ânima Educação, 2014.

GUZZATTI, T. C. **O Agroturismo como elemento dinamizador na construção de territórios rurais: o caso da Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia em Santa Rosa de Lima (SC)**. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, 2010.

HALKIER, B. Consequences of the politicization of consumption: the example of environmentally friendly consumption practices. **Journal of Environmental Policy and Planning**. 1:25-41: 1999.

JAFFE, J.; GERTLER, M. Victual vicissitudes: Consumer deskilling and the (gendered) transformation of food systems, **Agriculture and Human Values**, n. 23, p. 143-162, 2006.

KLUTH, B.; BOCCHI JR., U.; CENSKOWSKY, U. **Pesquisa sobre o comportamento e a percepção do consumidor de alimentos orgânicos no Brasil – 2010**. München, Germany: Organic Services e Jundiaí-SP: Vitalfood, 2011, 38p.

LALLEMENT, M. Raízes alemãs da sociologia econômica. **Tempo Social**, v. 18, n. 1, pp. 375-394, 2006.

LAMINE, C. Changer de système: une analyse des transitions vers l'agriculture biologique à l'échelle des systèmes agri-alimentaires territoriaux. **Terrains et Travaux**, n. 20, p. 139-156, 2012.

LASH, S. & URRY, J. **Economies of signs and space**. London: Sage, 1994.

LÉVESQUE, B.; BOURQUE, G.; FORGUES,É. **La nouvelle sociologie économique: originalité et diversité des approches**. Paris: Desclée de Brouwer, 2001.

LÉVESQUE, B. Contribuição da Nova Sociologia Econômica para repensar a Economia no Sentido do Desenvolvimento Sustentável. **Revista de Administração de Empresas**, volume 47, número 2, Abr/Jun 2007. Páginas 49-60.

MAKUTA, Glenn. **Biodiversidade, Arca do Gosto e Fortalezas Slow Food**: um guia para entender o que são, como se relacionam com o que comemos e como podemos apoiá-las. São Paulo: Associação Slow Food do Brasil, 2018.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. 7 Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development, **Sociologia Ruralis**, 2000, vol. 40, n. 4, pp. 424-438.

MARQUES, R. Os trilhos da Nova Sociologia Econômica. *In*: MARQUES, Rafael; PEIXOTO, João Peixoto (Org.). **A Nova Sociologia Econômica**: uma antologia. Oeiras: Celta Editora, 2003. p. 1-67.

MARTINS, U. M. O.; GURGEL, L. I.; MARTINS, J. C. O. Experiências com a gastronomia local: um estudo de caso sobre movimento Slow Food e o turismo gastronômico na cidade de Recife – Brasil. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**. Vol. 14 N. 1. Págs. 229-241. 2016.

MENDONÇA, C.; BARBOSA, L.; ALCÂNTARA, M. **Tradição e Futuro da RESEX Marinha do Pirajubaé**, 2016. Universidade Federal de Santa Catarina.

MICHELETTI, M. **Political virtue and shopping: individuals, consumerism, and collective action**. New York: Palgrave, 2003.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**. 11 ed. São Paulo: Hucitec, 2008.

MORITZ, M. O. A influência das três forças sociais em um mercado socialmente orientado: o caso dos mercados artesanais de queijo de leite cru no estado de Santa Catarina. 2017. 84 F. Qualificação (tese) – Universidade Federal de Santa Catarina.

MURDOCH, J. Networks: a new paradigm of rural development? **Journal of Rural Studies**, Amsterdam, n. 16, p. 407-419, 2000.

OLIVEIRA, D. C. **Comida, Carisma e Prazer: um estudo sobre a constituição do Slow Food no Brasil**. 2014. 210 f. Tese - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

PADUA, J. B.; SCHLINDWEIN, M. M.; GOMES, E. P. Agricultura familiar e produção orgânica: uma análise comparativa considerando os dados dos censos de 1996 e 2006. **Interações**, Campo Grande, v. 14, n. 2, p. 225-235, jul.-dez. 2013.

PEREIRA, C. C.; WALTER, L. F.; MARCHIORO, T. K. **Disseminando cultura - O caso dos Engenhos de Farinha**, 2017. Universidade Federal de Santa Catarina.

PETRINI, C. **Slow Food: princípios da nova gastronomia**. São Paulo Editora Senac: 2009.

PICOLOTTO, E. L.; BRANDENBURG, A. Sindicalismo da Agricultura familiar, modelo de desenvolvimento e o tema ambiental. *In*: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZANNI, F. M. (Org.). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós. 2013. p. 153-172.

PORTILHO, F. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005.

PORTILHO, F. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. **Política e Sociedade**, v.8, n.5, 2009.

PORTUGUAL, S. O que faz mover as redes sociais? Uma análise das normas e dos laços. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 79, Dezembro 2007: 35-56.

RAUD, C. Bourdieu e a nova sociologia econômica. **Tempo Social: Revista de sociologia da USP**, v. 19, n. 2. Novembro 2007.

RAUD-MATTEDI, C. Análise crítica da Sociologia Econômica de Mark Granovetter: os limites de uma leitura do mercado em termos de redes e imbricação. **Política e Sociedade**. Número 6, abril de 2005. (páginas 59-82).

RETIÈRI, M. I. H. **Agricultores inseridos em circuitos curtos de comercialização: modalidades de venda e adaptações dos sistemas agrícolas**. Dissertação (Mestrado), Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, p.114, 2014.

RIBAS, L. C. C. **Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé: Sujeitos, Memórias e Saberes Etnobiológicos**. (Org.). Florianópolis: Ifsc, 2014. 168 p.

RIBEIRO, M.; MARTINS, C. A tradição já não é o que era dantes: a valorização dos produtos tradicionais face à mudança social. **Economia e Sociologia**, n.60. p.29-43, 1995.

ROCHA, D. L.; ZATTA, A.; FRAGA, N. C. A construção de um novo estado: Santa Catarina, do contestado ao agronegócio. **Geographia Opportuno Tempore**, Universidade Estadual de Londrina, v. 3, n. 3, 2017.

ROVER, O. et al. **Relatório do Seminário Nacional de Comercialização Agricultura Familiar - Slow Food**, Brasília, 2017.

SABOURIN, E. **Organização camponesa e estruturas de reciprocidade**. In:_____. Sociedades e organizações camponesas: uma leitura através da reciprocidade. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011. p. 115-149.

SCHNEIDER, S. A Abordagem Territorial do Desenvolvimento Rural e suas Articulações Externas. **Sociologias**, v. 6, n. 11, p. 88-125, 2004.

SCHNEIDER, S. Situando o Desenvolvimento Rural no Brasil: o contexto e as questões em debate. **Revista de Economia Política**, v. 30, n. 3, p. 511-531, 2010.

SCHNEIDER, S., FERRARI, D. L. Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar – o processo de realocização da produção agroalimentar em Santa Catarina. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 17, n.1, janeiro-março, 2015, p. 56-71.

SCHMITT, C. J. Redes, atores e desenvolvimento rural: perspectivas na construção de uma abordagem relacional. **Sociologias**, v.13 n. 27, maio-agosto, 2011.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. W. **Métodos de pesquisa das relações sociais**. São Paulo: Herder, 1965.

SERVA, M.; ANDION, C.. TEORIA DAS ORGANIZAÇÕES E A NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA: UM DIÁLOGO INTERDISCIPLINAR. **Revista de Administração de Empresas**, volume 46, número 2, Abr/Jun 2006.

SILVA, N. L. S. **Estudo da sustentabilidade e de indicadores de desenvolvimento rural**. 2007. 271 f. Tese (Doutorado em Agronomia) - Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2007.

SILVA, M. G.; DIAS, M. M.; JUNIOR, P. C. G. A. **Mudanças Organizacionais em Empreendimentos de Agricultura Familiar a partir do Acesso ao Programa Nacional de Alimentação Escolar**. **RESR**, Piracicaba-SP, Vol. 53, Nº 02, p. 289-304, Abr/Jun 2015.

SILVA, M. D.; ESPINDOLA, M. N.; PESENTI, R. N. **Caso de ensino: Engenhos de Farinha em Florianópolis - Fator Terra**, 2017. Universidade Federal de Santa Catarina.

SOMMER, B. M.; SILVA, P. B.; ZORTÉA, T. F. A. **Reserva Extrativista Marinha do Pirajubaé**, 2016. Universidade Federal de Santa Catarina.

STEINER, P.. **A Sociologia Econômica**. São Paulo: Atlas, 2006.

TRIVINOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 2009.

VEIGA, J. E. Agricultura Familiar e Sustentabilidade. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, v. 13, n. 3, p. 383-404, 1996.

WANDERLEY, F. Avanços e desafios da Nova Sociologia Econômica: notas sobre os estudos sociológicos do mercado: uma introdução. **Sociedade e Estado**, v. 17, n. 1, p. 15-38, 2002.

WEINER, S. **O manual do Slow Food**. 2 edição. Itália, 2005.

WILKINSON, J. **A Agricultura familiar face ao novo padrão de competitividade do sistema agroalimentar na América Latina**. In: SEMINÁRIO DE CULTURA E ALIMENTAÇÃO, SESC, 2006, São Paulo. Texto preparado para apresentação.

WILKINSON, J. **Mercados, Redes e Valores: o novo mundo da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, 2008.

ZUIN, L. F. S.; ZUIN, P. B. PRODUÇÃO DE ALIMENTOS TRADICIONAIS Contribuindo para o desenvolvimento local/regional e dos pequenos produtores rurais. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 4, n. 1, p. 109-127, jan-abr/2008.