

AGRICULTURA FAMILIAR BRASILEIRA FRENTE AS TRANSFORMAÇÕES DO SISTEMA AGROALIMENTAR CONTEMPORÂNEO: A ESTRATÉGIA DE VERTICALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO

Valdemar João Wesz Junior*

Resumo: O objetivo desse trabalho é analisar a inserção da agricultura familiar no sistema agroalimentar globalizado, percebendo primeiramente a sua situação nas cadeias integradas diante dos novos padrões de coordenação (agroindústria, supermercados e centrais de abastecimento) e, posteriormente, considerando como esses agricultores se inserem nos sistemas alternativos de distribuição. Portanto, procura-se entender os reflexos da nova dinâmica dos mercados sobre os agricultores e as estratégias assumidas por estes para se assegurar na atividade e no meio rural. Com a pretensão de explorar os novos nichos de mercado para esse público dentro dos sistemas alternativos, é dedicado um espaço exclusivo à discussão das formas autônomas desenvolvidas pelas unidades familiares através da verticalização da produção, onde ganha espaço a agregação de valor através da agroindustrialização e da valorização dos atributos territoriais e culturais.

Palavras-chave: Sistema agroalimentar, agricultura familiar e verticalização da produção.

Abstract: This paper analyzes the insertion of family farm in the globalized agro food system, observing, at first, its situation in the integrated chains faced with the new standards of coordination (agroindustry, supermarkets and supply centers) and, at a later time, considering how these agriculturalists have been inserted themselves in alternative systems of distribution. Therefore, the paper explores the consequences of the new market's dynamics on the agriculturalists and the strategies assumed for them in order to ensure themselves in the activity and in the rural environment. With the pretension to explore the new market niches for this sector in the alternative systems, it is dedicated an exclusive space to the discussion of the autonomous strategies developed by the family farms through the verticalization of the production, where the aggregation of value conquest its place through the agroindustrialization and the valuation of the territorial and cultural attributes.

Keywords: Agro food system; family farm; production verticalization.

* Graduado em Desenvolvimento Rural e Gestão Agroindustrial pela Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS), mestrando do Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (CPDA/UFRRJ) e Bolsista Nota 10 da Fundação de Amparo a Pesquisa no Rio de Janeiro (Faperj). E-mail: jwesz@yahoo.com.br.

Introdução

Com a consolidação da globalização do sistema agroalimentar no cenário recente, bruscas mudanças se sucederam no comércio mundial por intermédio da alteração dos hábitos dos consumidores e pela conseqüente disseminação de uma série de “mercados alternativos” (especialidades de nicho, orgânicos, artesanais, solidários, institucionais, etc.). Esse contexto, que por um lado apresenta a legitimação de uma dinâmica diferenciada dos mercados, por outro revela o aumento da preocupação dos consumidores com a saúde, com o meio ambiente e com a procedência do produto.

Essa conjuntura, que tem sido alvo recorrente dos debates acadêmicos e político-institucional, aponta para o retorno da procura por produtos tradicionais e comprova o enraizamento de algumas cadeias alimentares contemporâneas, pois ainda se tem uma forte presença da natureza e dos contextos regionais/locais dentro desse sistema. Nesse sentido, a abertura dos mercados alternativos e a conseqüente valorização desses produtos acabam oferecendo uma oportunidade ímpar de inserção autônoma da agricultura familiar, sendo inclusive, em alguns casos, a base de um novo paradigma de desenvolvimento para esse público.

O objetivo desse trabalho é analisar a inserção da agricultura familiar no sistema agroalimentar globalizado, percebendo primeiramente a sua situação nas cadeias integradas diante dos novos padrões (Standards) de coordenação e, posteriormente, considerando como esses agricultores se inserem nos sistemas alternativos de distribuição. Portanto, procura-se entender os reflexos da nova dinâmica dos mercados sobre os agricultores e as estratégias assumidas por estes para se assegurar na atividade e no meio rural. Com a pretensão de explorar os novos nichos de mercado para esse público dentro dos sistemas alternativos, é dedicado um espaço exclusivo à discussão das formas autônomas desenvolvidas pelas unidades familiares através da verticalização da produção (agregação de valor e agroindustrialização).

Esse artigo contou com a utilização de uma bibliografia especializada para o contexto abordado, baseando-se principalmente no referencial que dialoga com as transformações do mercado agroalimentar contemporâneo e com a participação da agricultura familiar tanto nas cadeias integradas – diante dos novos Standards de coordenação – como nos sistemas alternativos de distribuição – através da verticalização da produção e da agregação de valor. Essa última discussão será ilustrada com um estudo

que foi realizado em todo o estado do Rio Grande do Sul/BR com 1.528 agroindústrias familiares.

Esse trabalho está estruturado em três itens, além dessa parte introdutória e da conclusão. Inicialmente é discutida a importância da agricultura familiar no contexto brasileiro e a sua situação em meio às modificações sofridas pelo mercado agroalimentar. Em seguida é analisada a participação da agricultura familiar nas cadeias convencionais integradas diante dos novos Standards de coordenação, enfatizando a situação dos produtores envolvidos com as grandes agroindústrias, supermercados e centrais de abastecimento. Subseqüentemente é discutida a participação da agricultura familiar nos sistemas alternativos de distribuição, destacando a importância da verticalização da produção através da agregação de valor. Para encerrar a discussão é trazido ao centro do debate as evidências empíricas sobre as agroindústrias familiares do Rio Grande do Sul.

A situação da agricultura familiar brasileira em meio às transformações dos mercados agroalimentares

A realidade brasileira não nos permite discutir a situação atual do sistema agroalimentar sem pensar e destacar a conjuntura da agricultura familiar nesse contexto. Isso porque, os estabelecimentos dessa categoria somavam mais de 85% do total das propriedades no Brasil em 1995/96, revelando a magnitude, a importância e o peso dessas unidades quando se pensa na produção de alimentos (Figura 1). Como 87% desses estabelecimentos tinham menos de 50 hectares, a agricultura familiar ocupava apenas 30% das áreas agricultáveis. No entanto, mesmo com uma pequena estrutura fundiária, a produção agropecuária familiar atingia 38%, revelando a otimização da produção por espaço cultivado, pois se apresentou mais produtiva que as unidades patronais – que detém 70% das áreas, mas produzem em torno de 60% da produção agropecuária. Além disso, a agricultura de base familiar retinha 25% do financiamento total, o que mostra uma maior produção por recurso aplicado do que nas outras propriedades. Outro dado importante era o percentual das pessoas ocupadas, pois 77% são oriundas da agricultura familiar – na Região Sul esse dado se eleva para 83% (IBGE, 1998).

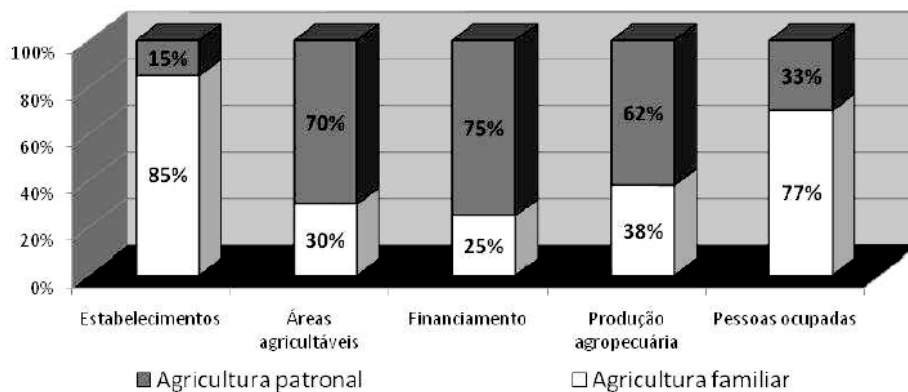


Figura 1 - Percentual dos estabelecimentos, áreas agricultáveis, financiamento, produção agropecuária e pessoas ocupadas entre a agricultura familiar e agricultura patronal no Brasil em 1995/96

Fonte: IBGE (1998).

Elaboração: Guanziroli et. al. (2001).

Apenas 16,7% da agricultura familiar brasileira recebiam assistência técnica em 1995 (na região Nordeste esse número chega a pouco mais de 2%) e quase 75% dependiam somente da força de trabalho manual e animal (na região Norte praticamente 90% da agricultura familiar utiliza somente força de trabalho manual), segundo Guanziroli et. al. (2001). Esses dados se apresentam preocupantes pela baixa tecnologia empregada e pela carência de um acompanhamento mais próximo, ao mesmo tempo em que demonstra a capacidade desses pequenos agricultores em obter uma maior produção por área sem muita tecnologia e com pouco auxílio da extensão rural.

Embora sem a disponibilidade de dados mais recentes, acredita-se que a agricultura familiar continua se apresentando de forma muito expressiva no meio rural brasileiro, ao passo em que se revela uma peça fundamental para o sistema agroalimentar, pois além de possuir a maioria dos estabelecimentos e das pessoas ocupadas, consegue ser eficiente mesmo com baixíssima tecnologia, fraca assistência técnica e pequena cobertura das políticas públicas, em 1995 (Guanziroli et. al., 2001).

Baseando-se nisso Maluf (2004) argumenta que a agricultura de base familiar é a forma mais conveniente de ocupação social do espaço agrário, onde a promoção dos pequenos produtores de alimentos promove a equidade e a inclusão social em simultâneo a uma maior, mais diversificada e mais sustentável oferta de alimentos à população.

Durante o processo de modernização agrícola a agricultura familiar teve um papel importantíssimo nos mercados de commodities brasileiro, destacando uma forte participação no milho e na soja, sendo um indispensável parceiro na produção de aves e suínos, ao mesmo tempo em que foi a âncora da produção leiteira (Wilkinson, 1996).

Com a globalização do sistema agroalimentar e a conseqüente alteração do arcabouço regulatório e institucional, criou-se um novo ambiente concorrencial que ameaçou diretamente a participação da agricultura familiar nessas cadeias através da necessidade crescente de extrair sua lucratividade por meio dos ganhos de escala, tendo nos insumos modernos (genéticos e químicos), nos grandes maquinários e nas inovações tecnológicas a condição básica para manutenção ou entrada nos mercados.

Consoante com essa necessidade de inovações, ocorreu a abertura dos mercados, a integração regional do Mercosul, a adesão ao OMC e mais recentemente a adoção do sistema de boas práticas e de rastreabilidade como condição de acesso aos mercados, o que vêm sacudindo a participação da agricultura familiar em algumas cadeias tradicionais. Além disso, se tornou cada vez mais presente a imposição de qualidades privadas definidas pelos supermercados, abrangendo objetivos inteiramente novos neste setor, tais como a homogeneidade, a aparência dos produtos e as condições de embalagem (Wilkinson, 2003).

Diante desse contexto em que a agricultura familiar se deparou, ficou cada vez mais difícil a sua participação nas cadeias tradicionais de commodities. No entanto, o que parece beneficiar esses atores é a sua condição social, que passa a ser vista cada vez mais como uma vantagem estratégica na medida em que for associada à tradição, à natureza, ao artesanal e ao local - um conjunto de valores agora premiado pelo mercado consumidor. Assim, a possibilidade de novos padrões de qualidade (associado ao artesanal, ao familiar e a valores ambientais) e a certificação desses valores por selos de garantia passa a ser um excelente instrumento para construção social dos novos mercados para agricultura familiar.

Nota-se ainda uma persistência de mercados locais de proximidade que não apenas aproveitam os limites de capilaridade da grande distribuição e da indústria alimentar, mas se firmam pela reputação, mesmo em condições de economia “informal”, cuja magnitude fica agora evidente nos vários levantamentos de agroindústrias rurais (Mior e Wilkinson, 1999; Oliveira, Schmidt e Schmidt, 2000; Oliveira, Prezotto & Voigt, 2002).

Assim, as tendências recentes do sistema agroalimentar caracterizam-se pela coexistência de processos de padronização e de diferenciação no consumo dos alimentos, cujos reflexos vão até a etapa da produção agrícola. De um lado, assiste-se a continuidade da concentração do processamento

agroindustrial para fazer frente aos requisitos da produção em grande escala. De outro lado, a valorização de produtos com atributos diferenciados de qualidade cria novas oportunidades de mercado, muita das quais acessíveis aos agricultores de pequeno e médio porte. Portanto, tem-se uma co-existência de processos, onde parte da agricultura familiar tem apresentado as condições para participar de forma competitiva, inovadora e sustentável nas diferentes cadeias. Essa situação será explorada mais profundamente no tópico abaixo.

Com o propósito de aumentar a visibilidade dos reflexos dos padrões ligados concentração agroindustrial do sistema agroalimentar sobre a agricultura familiar, o tópico abaixo apresenta a situação dos agricultores integrados às agroindústrias, supermercados e centrais de abastecimento a partir dos novos Standards de coordenação.

A participação da agricultura familiar nas cadeias integradas diante dos novos Standards de coordenação

Agroindústria

A participação dos agricultores familiares no processo de integração com as agroindústrias se dá geralmente com uma base tecnológica menos intensiva se comparado com os grandes proprietários, detendo assim uma baixa capacidade e uma menor rapidez em captar e processar a informação tecnológica, mercadológica e gerencial. Isso, por sua vez, acumula perdas significativas, que são absorvidas via descapitalização da propriedade ou pela baixa remuneração do trabalho da família (VIEIRA, 1998).

Essa desvantagem estrutural compromete a participação da agricultura familiar, diminuindo a capacidade desses produtores em atender as exigências da regulação pública e dos Standards do setor privado, que impõe níveis mínimos de qualidade e que implicam, crescentemente, na necessidade da modernização do conjunto das atividades agrícolas como condição para se manter nos circuitos de comercialização. As condições sanitárias, a qualidade da água, vacinação e os sistemas de rastreabilidade do rebanho, bem como medidas de ordem ambiental (preservação, manejo de dejetos) começam a ser cristalizadas em um novo sistema mínimo de boas práticas agrícolas como pré-condição de se manter na atividade.

Wilkinson (2003) exemplifica essas mudanças tendo como referencia a cadeia dos suínos, das aves e dos lácteos. Segundo o autor, na cadeia de suínos os saltos em produtividade e qualidade a partir da adoção de novas bases genéticas e nutricionais levou à eliminação do ciclo completo por agricultor e implementou sistemas de produção especializados para criação e engorda. Esse novo sistema aumentou abruptamente as economias de escala e reduziu o número de produtores familiares participantes. No caso de avicultura, as pressões de concorrência

internacional e a promoção de modelos de mais de um aviário por produtor levou a um processo acentuado de concentração da produção e a conseqüente redução no número de integrados.

Já na cadeia de lácteos, o choque de reestruturação veio, em primeiro lugar, a partir de uma inovação tecnológica radical, na forma da pasteurização a vácuo, transformando os sistemas de comercialização – que agora tem alcance nacional e até regional (Mercosul) – e deslocando o ponto de compra das padarias para os supermercados. Em segundo lugar, a abertura comercial e a integração regional do Mercosul aceleraram a adoção de níveis mínimos de qualidade, cuja conseqüência mais imediata foi a implantação da obrigatoriedade de coleta a granel e a progressiva adoção de novos sistemas de remuneração baseados na qualidade do leite.

Essa situação aponta para a exclusão de milhares de pequenos agricultores que não tiveram condições para promover as mudanças necessárias, sendo rebocados para fora do processo. Mas, mesmo com essa redução significativa dos produtores por cadeia, muitos ainda se encontram nesse sistema convencional de integração. No entanto, para conseguir obter as condições competitivas para permanecer na produção, a maioria dos produtores deixaram de lado o perfil diversificado das unidades familiares rurais e investiram em um maior grau de especialização produtiva. Assim, os eventuais benefícios gerados pelas economias de escala são acompanhados de uma maior vulnerabilidade econômica frente aos insucessos de safra, às oscilações de mercado e às rupturas dos compromissos de aquisição do produto, ao que se somam os impactos ambientais negativos da agricultura especializada (MALUF, 2004).

Alguns agricultores que permaneceram integrados de forma cooperada conseguiram extrair maiores vantagens nesse contexto. Isso pode ser visualizado na cadeia do leite na região Noroeste do Rio Grande do Sul, onde ocorreu a implementação de algumas associações de agricultores familiares que passaram a produzir leite dentro de determinados padrões e em grandes quantidades, fazendo mensalmente licitação às indústrias para saber quem pagará mais pela compra do produto. Nesse caso, as empresas têm interesse em adquiri-lo por ser uma grande quantidade produzida e por ser uma produção que passa por um controle prévio de qualidade. A partir das licitações tem aumentado o valor pago aos produtores, ao mesmo tempo em que as agroindústrias passaram a receber a matéria-prima dentro dos padrões exigidos atualmente.

Assim, mesmo com as adversidades que são impostas pelo sistema integrado com as agroindústrias, muitos produtores têm conseguido se manter a partir da organização de suas atividades. No entanto, essa realidade se apresenta minoritária no Brasil, o que revela uma situação preocupante já que grande parte dos agricultores familiares possui relações com as agroindústrias de forma individual e isolada.

Supermercados

Com a grande expansão do sistema de distribuição, a integração dos agricultores familiares com os supermercados tem se tornado cada vez mais comum e corriqueira. No entanto, essa participação somente acontece quando é efetivada uma série de exigências que incluem: cumprimento de padrões de qualidade definidos por escrito; quantidade mínima de produtos; certificação de inocuidade dos alimentos (testes de água, análise bacteriana e de toxinas); rotulagem, indicação de origem, tabelas de conteúdo nutritivo, código de barras; especificação de entrega; envolvimento em promoções dentro do supermercado.

Para tanto, o custo de produção dos agricultores tem se elevado, pois além das exigências estritas à produção, a manutenção do produto no supermercado é de responsabilidade do agricultor ou da cooperativa e é necessária a compra de um espaço específico no estabelecimento. Assim, o custo acaba sendo alto tanto para produzir como para manter os produtos nas prateleiras, exigindo dos agricultores uma maior escala e eficiência.

Embora seja um espaço relativamente incipiente para o público priorizado nessa análise, a relação com supermercados depende da própria localização dos agricultores. Quando esses espaços comerciais se encontram em distâncias relativamente grandes, a inviabilidade pode acontecer pelo alto custo do transporte (que é somado aos custos de produção e manutenção no supermercado). Os exemplos de maior visibilidade e sucesso nesses casos estão relacionados às cooperativas de produtores ligados aos programas estaduais específicos para a atividade, como é o caso do Programa de Agroindústria Familiar Fábrica do Agricultor do Paraná e do Programa de Desenvolvimento da Agroindústria Artesanal de Alimentos e Artesanato Rural de Minas Gerais.

Como será tratado abaixo, os supermercados locais tem aparecido cada vez mais como uma opção de venda dos produtos prontos da agricultura familiar.

Centrais de abastecimento

O sistema atacadista das centrais de abastecimento (Ceasa) foi um importante elo entre produtor e consumidor, mas com o crescimento dos supermercados perderam espaço nos dias atuais. O que contribuiu para essa situação foi a combinação de vários problemas que passaram a ocorrer nesses espaços, como a falta de padrão nos produtos, pouca qualidade, desconfiança, altos riscos pelo descumprimento do pagamento, etc. (WILKINSON, 2003).

No entanto, alguns estudos reportados a Ceasa de São Paulo mostram uma renovação desses espaços, bem como, um aumento das vendas nesses locais. Diante do nosso interesse cabe destacar que em Campinas/SP, Dourados/

MS e Cuiabá/MT foram criados dentro das centrais de abastecimento estandes exclusivas para a participação dos agricultores familiares. Já em Belo Horizonte/MG foi implantada uma Ceasa destinada exclusivamente para os pequenos produtores. Mas, o problema dessas estruturas de comercialização é a limitação do número de participantes e a localização dos agricultores familiares, já que as centrais de comercialização se concentram nas capitais estaduais, sendo na maior parte dos casos uma alternativa para os produtores mais capitalizados e/ou situados em áreas metropolitanas.

A agricultura familiar nos sistemas alternativos de distribuição

Diante das especificidades da agricultura familiar e das mudanças provocadas no sistema agroalimentar, fica cada vez mais reduzido o número de pequenos produtores que conseguem fazer parte das cadeias integradas, como foi visto acima. Com isso, a construção de novos mercados (ou mercados alternativos) se apresenta de grande magnitude para a participação da agricultura de base familiar, pois oferece condições para os atores diferenciarem seus produtos e agregarem valor à sua produção.

Para Raupp (2005), a emergência dos sistemas alternativos de distribuição para a agricultura familiar está relacionada com: i) a convicção que se generalizou entre as organizações de representação da agricultura familiar de que esta não tinha mais espaço nas grandes cadeias de commodities, ou pelas tendências de exclusão ou pela insuficiência dos níveis de renda gerados; ii) as conseqüências do modelo de integração dos agricultores aos interesses agroindustriais; iii) a revalorização da agricultura familiar e da qualidade de vida no campo; e iv) a visão de meio rural não como espaço exclusivo de produção agrícola, mas também de produção de outros bens e serviços.

Segundo Wilkinson (2003, p. 16), os novos mercados se “construíam recorrendo a características associadas à ‘natureza’ da agricultura familiar, sejam de tradição, geográficas, sociais, políticas, culturais ou ambientais”. No caso brasileiro, são as agroindústrias familiares/rurais/artesanais, os mercados locais e os produtos orgânicos/agroecológicos que detêm a maior parte do domínio dos esforços para a construção e consolidação desses mercados alternativos. Para o autor, o que cada estratégia tem de comum “é a necessidade de definir, negociar e operacionalizar um novo arcabouço institucional, que na sua abrangência implica a formalização de convenções de coordenação, baseadas no reconhecimento da especificidade e legitimidade da agricultura familiar” (Idem).

Mesmo sabendo da importância dos mercados locais e orgânicos, esse trabalho optou por se deter sobre a verticalização da produção (agregação de

valor e as agroindústrias familiares), pois é uma atividade que vem ganhando crescente participação na agricultura familiar, ao mesmo tempo em que várias políticas públicas, estaduais e até mesmo federais vêm criando mecanismos de apoio para essa atividade. Além disso, são empreendimentos que constituem o principal exemplo de enraizamento de mercados alternativos relacionados à agricultura familiar.

Verticalização da produção: agregação de valor e agroindústrias familiares

A verticalização da produção se caracteriza pela utilização de práticas produtivas menos dependentes da indústria a jusante da agricultura, pela re-apropriação das etapas de beneficiamento e processamento da produção pelas famílias no interior das propriedades e pela comercialização da produção em circuitos nos quais os agricultores tenham maior poder de gestão. Portanto, essa estratégia apóia-se na combinação das atividades desenvolvidas dentro das unidades familiares rurais (produção de matéria-prima + processamento e/ou industrialização + comercialização), sendo base para a implementação de iniciativas mais autônomas de agregação de valor ao produto primário. Dentro da verticalização da produção as agroindústrias familiares são os exemplos mais típicos e mais difundidos entre a agricultura familiar, em especial no Sul do Brasil.

Segundo Prezotto (2002) e Mior (2005), a industrialização dos produtos agropecuários realizados pelos agricultores familiares não se constitui em uma atividade recente, pois faz parte da própria história e da cultura desses pequenos produtores. No princípio, os produtos processados eram destinados para o consumo da família e, em menor grau, para as trocas estabelecidas entre os agricultores. Com a reestruturação dos mercados a partir das mudanças nos hábitos de consumo, a agroindustrialização familiar que estava vinculada com uma economia de subsistência passa a se encontrar inserida nos mercados locais, nacionais e internacionais, o que permite acumular e reproduzir recursos dentro da agricultura familiar a partir da comercialização de produtos processados (BOUCHER e RIVEROS, 1995). Contudo, não se trata somente de recursos econômicos e produtivos, mas também sociais, culturais e humanos.

Nesse contexto, Mior (2005) considera que a origem e a evolução das agroindústrias familiares podem ser vistas como um reflexo da construção social dos mercados, na qual um conjunto de fatores sociais, econômicos e culturais passa a fazer parte dos valores contidos nos produtos finais. Assim, a agroindustrialização, que tem no elo da comercialização a sua realização, acaba sendo fruto de uma nova tendência de consumo, que passa a valorizar

produtos de qualidade, amarrados em uma tradição territorial e relacionados com a preservação do meio ambiente, seja pela produção de produtos diferenciados ou pela relação de proximidade com a natureza.

Verifica-se que o número de agroindústrias familiares tem aumentado constantemente, sendo que em Santa Catarina existiam mais de mil unidades de pequeno porte em 2000 (Oliveira, Schmidt e Schmidt, 2000). No Estado de Rio Grande do Sul foram contabilizadas 1.528 empreendimentos com base em respostas de 70% dos municípios em 2001 (OLIVEIRA, PREZOTTO e VOIGT, 2002). Em nível nacional, um levantamento preliminar do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) aponta que no Brasil existe de 30.000 a 35.000 agroindústrias familiares em 2007.

Assim, mesmo com a crescente expressividade das agroindústrias artesanais, muitas unidades apresentam-se ilegais, limitando em muito a expansão dos produtos nos mercados extra-locais. No RS mais de 80% das agroindústrias familiares eram informais em 2001 enquanto que em SC esse percentual era de 70% em 2000. Esse contexto de clandestinidade se deve em grande parte pela manutenção do arcabouço institucional que desconsidera a dinâmica da agricultura familiar, sendo uma legislação não direcionada para a pequena produção e para os processos artesanais de beneficiamento (PREZOTTO, 1999).

Mas, precisa-se reconhecer que várias iniciativas foram elaboradas para a construção de uma legislação própria para as agroindústrias artesanais na escala estadual (SIE) a partir das políticas públicas e/ou da pressão dos movimentos sociais no Distrito Federal, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Paraná. Além disso, foram implementadas algumas medidas de inspeção sanitária que consideram as especificidades dos empreendimentos artesanais.

Vale considerar ainda a importância da criação, no início de 2006, do Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (Suasa), que visa eliminar barreiras municipais (e por vezes estaduais) para a venda e transporte de produtos das agroindústrias familiares a partir da adoção um sistema único de inspeção. No entanto, o Suasa ainda está em implementação e poucos avanços operacionais podem ser comentados em nível de Brasil, uma vez que ainda depende do interesse e dos recursos dos municípios.

Os locais de comercialização dos produtos das pequenas agroindústrias são definidos a partir das condições legais e sanitárias contidas nos empreendimentos. A maioria das agroindústrias familiares articula-se firmemente com os espaços locais mobilizando diversas redes de comercialização onde se destacam laços de parentesco, amizade e confiança. Estas funcionam reativando vínculos sociais e construindo mercados. Nestes casos, o tamanho do empreendimento se ajusta às dimensões do mercado e

às capacidades de mobilização de matéria prima. Por outro lado, “estudos de mercado, tanto em Santa Catarina quanto no Rio Grande do Sul, mostram a popularidade de produtos da agroindústria artesanal por serem identificados com alimentos mais naturais (sem aditivos) e a disposição dos consumidores de pagar um prêmio por estas qualidades” (WILKINSON, 2003, p. 19).

Maluf (2004) acrescenta ainda a alternativa de explorar os chamados “mercados de ocasião” em regiões com afluxo turístico (litoral e serras), o qual requer estratégias e requisitos específicos. O autor alerta ainda que a busca simultânea por mercados mais distantes é possível quando a atividade produtiva em questão preenche os requisitos necessários em termos do volume e da regularidade da produção, qualidade do produto e a sua certificação.ⁱ

Como já foi destacado, as agroindústrias familiares possuem processos de produção distintos dos usuais sistemas de integração, onde a agricultura familiar se envolve com todas as etapas produtivas e desenvolve produtos com características únicas conforme o território. Mas, para que o consumidor externo ao local de produção valorize esses atributos, a certificação da produção se torna indispensável quando se procura a inserção dos produtos em mercados distantes. No entanto, a maioria das agroindústrias carecem do desenvolvimento da certificação para os produtos diferenciados pelo conteúdo, forma de produção ou origem sócio-espacial, eliminando a possibilidade de diferenciação das mercadorias em cadeias longas e extra-locais. Embora já se conheçam algumas experiências mais localizadas, essa institucionalidade ainda está em construção no Brasil.

Outra forma de viabilizar a inserção dos produtos das agroindústrias familiares nos mercados extra-regionais e de garantir a diferenciação da produção é através da construção de uma “denominação de origem” (WILKINSON, 2003). Essa convenção reconhece os processos e produtos locais que se criaram a partir de desdobramentos das redes sociais, baseados na proximidade, fazendo com que esses produtos saem do local sem perder as suas características específicas em face aos consumidores desconhecidos.

Esse processo de “Denominação de Origem” que se difundiu imensamente na Europa ainda não se encontra institucionalizado no Brasil. No entanto, existem aqui os selos de “Indicação Geográfica” nos Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos do Rio Grande do Sul (2001), no Café do Cerrado de Minas Gerais (2005), na Carne do Pampa Gaúcho (2006) e na Cachaça de Paraty (2007). Mesmo não sendo denominações específicas da agroindústria familiar, acaba contemplando esses empreendimentos.

A situação das agroindústrias familiares no Rio Grande do Sul

Para a análise das agroindústrias familiares gaúchas ter-se-á como base os dados de um estudo realizado por Oliveira, Prezotto e Voigt (2002) denominado “Diagnóstico e Potencial das Agroindústrias Familiares do Estado do Rio Grande do Sul”, onde foram identificadas 1.528 agroindústrias em todo Estado. O trabalho foi realizado pela Secretaria da Agricultura e Abastecimento (SAA/RS), sendo que os questionários foram aplicados em 70% dos municípios pelos técnicos dos escritórios locais da Emater/RS (Associação Riograndense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural).

Conforme a pesquisa, 27% das agroindústrias familiares datam seu funcionamento antes de 1990. Esse resultado vem ao encontro das afirmações apresentadas por Mior (2005) e Prezotto (2002), onde a industrialização dos produtos agropecuários realizados pelos agricultores familiares não se constitui em uma atividade recente, pois, como podem ser confirmadas, muitas unidades se estabeleceram antes da última década do século passado. Mesmo com esses domicílios mais antigos, é crescente o número das agroindústrias criadas a partir de 1990, atingindo o pico de 29% entre 1999 e 2001 (Figura 2). Esse surgimento mais expressivo no final do século XX e nos primeiros anos de 2000 tem como causas principais a reestruturação do sistema agroalimentar – que passa a valorizar produtos desse perfil – e a implementação do Programa da Agroindústria Familiar (PAF/RS) – que financiou 214 agroindústrias e apoiou 800 empreendimentos entre 1999

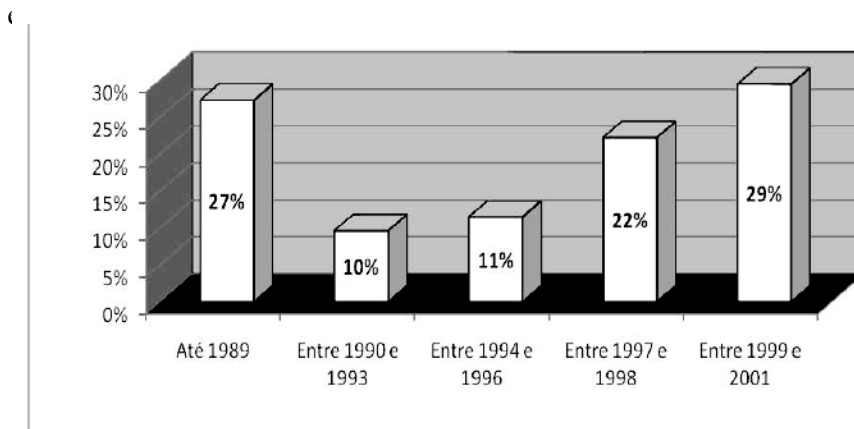


Figura 2 - Período em que as agroindústrias familiares foram criadas no Rio Grande do Sul

Fonte: Oliveira, Prezotto e Voigt (2002). Elaboração: Valdemar João Wesz Junior

Quanto a forma de aprendizagem dos agricultores, foram previstas respostas múltiplas no questionário. Assim, em 77% dos casos, a família foi a responsável pela transmissão do conhecimento das formas de produção e processamento na agroindústria (Figura 3). Esse resultado revela que a grande maioria dos produtos produzidos nessas pequenas unidades são reflexos de um conhecimento passado de geração para geração, variando conforme se configurou a trajetória histórica das famílias. Desta forma, a produção permanece fincada em laços culturais específicos, o que acaba remetendo aos consumidores produtos diferenciados através de um saber-fazer que varia de território para território, propiciando sabores, cores e aromas únicos conforme o local de produção e o histórico familiar.

A Figura 3 aponta ainda para a aprendizagem através dos cursos em 38% dos casos, mostrando que em muitas agroindústrias as formas de produção congregam tanto um saber técnico como familiar. Nesse sentido, é comum encontrar métodos de produção balizados pelos padrões estabelecidos nos cursos de capacitação e de boas práticas de fabricação, sem perder os modos de produção que foram passados pela família.

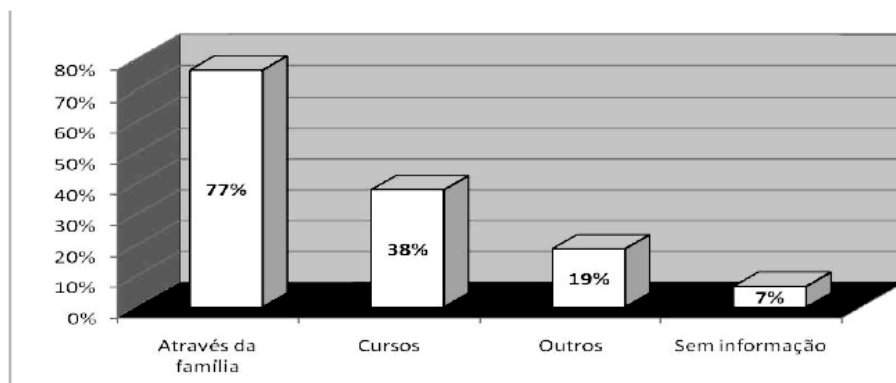


Figura 3 - Formas de transmissão/aprendizagem do conhecimento nas agroindústrias familiares no RS

Fonte: Oliveira, Prezotto e Voigt (2002)

Em relação à diferenciação das mercadorias, mais de 80% das agroindústrias pesquisadas apresentam pelo menos um tipo de diferenciação dos produtos, enquanto que quase 20% não utilizam nenhuma distinção no momento da comercialização. Esse resultado mostra a condição dos agricultores em adaptar as características dos produtos conforme as condições

do sistema agroalimentar e conforme se modificam os hábitos dos consumidores. E como a busca por produtos diferenciados (ecológicos, artesanais, com denominação de origem) tem se mostrado crescente, a diferenciação passa a ser uma ótima condição de agregar valor à produção familiar.

Na Figura 4, em que participaram somente os empreendimentos que utilizam alguma forma de diferenciação, 82% das agroindústrias mostram ter recorrido à essa estratégia através do preparo e da aparência artesanal ou colonial. Essa opção está relacionada com a grande demanda por esse tipo de produto. Segundo Oliveira, Prezotto e Voigt (2002), com base em uma amostra com 613 consumidores espalhados no RS, 96,2% disseram que costumam comprar produtos artesanais (ou coloniais).

Outra estratégia utilizada por 15% das agroindústrias foi a vinculação da mercadoria à produção ecológica (Figura 4). Esse atributo passou a ser valorizado com a intensa crise sanitária, com a crescente preocupação com a preservação do meio ambiente e com a busca por produtos mais saudáveis, como já discutidos nos tópicos anteriores.

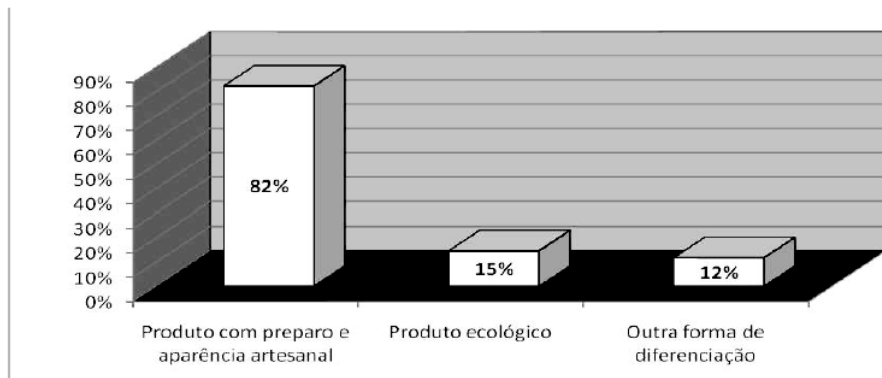


Figura 4 - Formas de diferenciação dos produtos em relação aos similares no mercado

Fonte: Oliveira, Prezotto e Voigt (2002)

A diferenciação das mercadorias tem facilitado em muitos casos a expansão das linhas mercadológicas, conseguindo extrapolar para os consumidores distantes do território de fabricação as características dos produtos. Mas, mesmo que alguns agricultores tenham conseguido vender seus produtos em escala estadual (41,8%) e nacional (4%), é nos mercados locais que esses empreendimentos se firmam e consolidam (Figura 5).

Tal como notou Mior (2005), diferentemente das multinacionais do ramo, as agroindústrias familiares articulam-se firmemente com os espaços locais mobilizando diversas redes de comercialização, reativando vínculos sociais e construindo mercados. A “formação destas ‘redes alternativas’ de comercialização constitui um típico exemplo de enraizamento social dos mercados em que assumem grande importância as relações cooperativas entre atores locais baseadas em normas de confiança e reciprocidade” (WESZ JUNIOR e NIERDELE, 2007, p. 103).

Dos 3.159 produtos produzidos pelas agroindústrias, 0,6% conseguiram entrar nos mercados externos (Figura 5). Esse número que de início parece insignificante merece destaque diante das barreiras encontradas pelas agroindústrias familiares na comercialização da produção para fora do Brasil. Conforme os dados apresentados por Oliveira, Prezotto e Voigt (2002), menos da metade (43%) das unidades possuem sua infra-estrutura adequada dentro das legislações específicas para esse tipo de atividade. Mesmo reconhecendo os problemas das legislações brasileiras para as pequenas agroindústrias (como apontado por PREZOTTO, 1999), devem-se reconhecer a dificuldade de se alastrar os espaços de comercialização desses produtos enquanto a maioria das unidades se encontram inadequada às condições legais de produção.

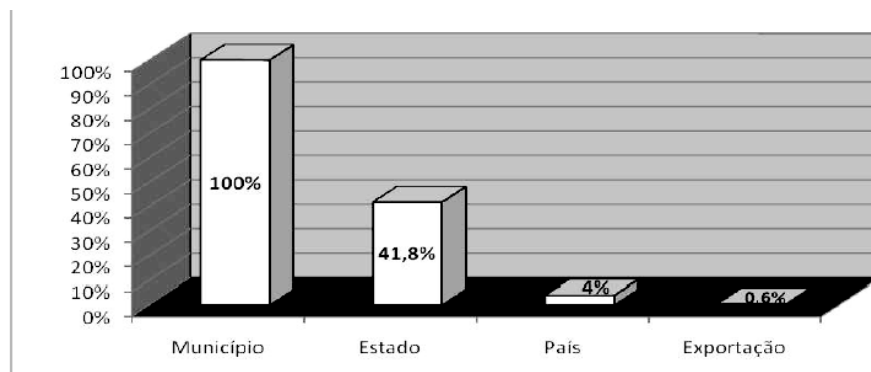


Figura 5 - Destino da venda dos produtos das agroindústrias familiares do RS

Diante desse contexto em que a maioria das agroindústrias tem suas redes de comercialização baseadas nos circuitos locais, grande parte da venda de seus produtos fica relacionada diretamente com o consumidor (61%), conforme a Figura 6. Mesmo que essa proximidade entre produtor-consumidor (que também acontece nas feiras) tenha efeitos benéficos através do conhecimento da origem do produto e das relações de confiança e solidariedade que se estabelecem, deve-se reconhecer a necessidade de

superar este enraizamento nas redes e circuitos locais e buscar a construção de novos mercados que permitam uma conexão com redes mais extensas.

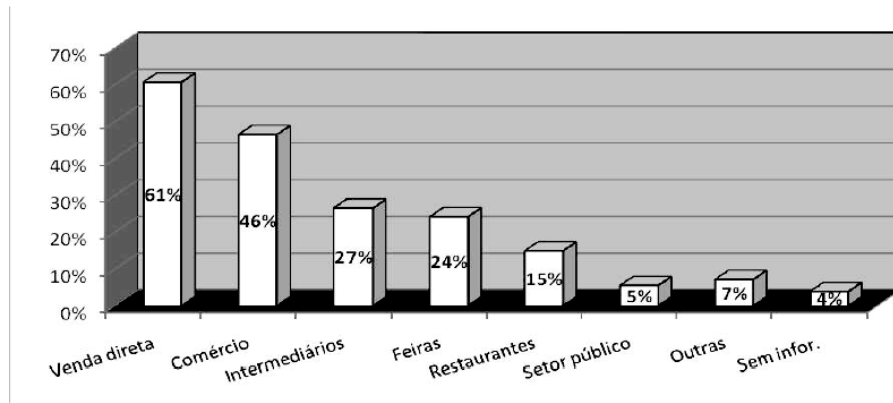


Figura 6 - Locais de comercialização dos produtos das agroindústrias familiares do RS

Fonte: Oliveira, Prezotto e Voigt (2002)

A partir dessas considerações, não há dúvida de que parte da agricultura familiar esteja encontrando formas mais autônomas de se inserir no sistema agroalimentar. No entanto, mesmo com o contexto globalizado, o local ainda prevalece nesses casos, mostrando o forte enraizamento desses empreendimentos com o território de produção, já que na maioria das unidades a comercialização dos produtos não ultrapassa este espaço.

Nesse sentido, o desafio para os agricultores (e que passa pelo ambiente institucional) é buscar a conexão com mercados de nicho mais extensos, sendo essa uma questão fundamental para o aumento da renda das famílias rurais através do maior valor agregado, ao mesmo tempo que os consumidores mais distante terão a possibilidade de adquirir produtos diferenciados e com características específicas.

Considerações finais

Uma análise mais aprofundada do sistema agroalimentar pode nos revelar que atualmente os mercados de alimentos não estão totalmente industrializados e padronizados como se pensava até o final do século passado. Essa condição é reflexo, dentre outras coisas, da crescente preocupação dos consumidores com a segurança alimentar, com os locais de produção e com os processos produtivos, o que acabou reforçando alguns valores relacionados à qualidade e à procedência do produto. A partir daí, passam a ser considerados

novos atributos nos produtos, além do preço e da conformidade, buscando e priorizando as mercadorias que contemplem valores tradicionais, ecológicos, cívicos, artesanais e da agricultura familiar.

Mesmo com as cadeias integradas globalmente, muitas redes estão paralelamente enraizadas nos circuitos regionais, fundamentalmente em relação às normas e convenções sociais que mediam as relações econômicas dos atores locais, conforme Murdoch, Marsden e Banks (2000). Isso tudo acabou abrindo novos nichos de mercado e beneficiou a agricultura familiar que cada vez mais via uma parcela significativa desses atores impossibilitada para se manter nas cadeias integradas diante dos novos Standards de coordenação impostos pela regulação pública, pela agroindústria e pela grande distribuição.

Portanto, essa retomada na valorização dos produtos locais diferenciados acabou oferecendo aos agricultores uma nova possibilidade de acesso aos mercados, oportunizando para muitas famílias a sua inserção nas cadeias mais longas, distantes e de maior valor agregado. No entanto, como a penetração nesses mercados extra-regionais cada vez mais rigorosos pelas exigências estabelecidas e pelas normas a serem cumpridas, muitas agroindústrias encontram-se inseridas estritamente nos mercados locais e de maneira informal.

No Brasil, como pode ser visto através da verticalização da produção, a construção social dos novos mercados para agricultura familiar teve grandes avanços. Contudo, a normatização dos novos padrões de qualidade – associado ao artesanal, ao familiar e a valores ambientais – e a certificação desses valores ainda se depara a uma série de restrições operacionais, onde a maioria das agroindústrias familiares encontra-se restritas aos mercados de proximidade.

Para alterar esse contexto, Wilkinson (1999) defende a construção de um quadro institucional favorável à inovação, onde possam ser oferecidas condições mais condizentes com o contexto da agricultura familiar, estimulando assim a criação de confiança por parte dos produtores para assumir os riscos. Para o autor, com o devido apoio institucional, pode-se investir nos mercados de nicho com valoração dos produtos de base agroecológica e/ou orgânica; apoiar sistemas de validação com base em selos de reputação e certificação participativa, fortemente ancorada em redes sociais; readequar as legislações para que garantam salubridade, inocuidade do produto e sustentabilidade sem preconizar padrões técnicos únicos; garantir visibilidade aos produtos naturais, sem-aditivos e com identidade regional.

Notas

¹ Na região central do Rio Grande do Sul alguns estudos tem se debruçado sobre a relação e as sinergias entre as agroindústrias familiares e o turismo rural. Para maiores detalhes consulte Silveira et. al. (2006).

Referências

BOUCHER F.; RIVEROS H. La Agroindustria rural de América Latina y del Caribe: su entorno, marco conceptual e impacto. **PRODAR - documento de trabajo**. San José de Costa Rica, 1995.

GUANZIROLI, C. et. al. **Agricultura Familiar e Reforma Agrária no Século XXI**. Rio de Janeiro: Garamond. 2001.

IBGE. **Censo Agropecuário 1995-96**. Rio de Janeiro: IBGE, v. 1, 1998.

MALUF, R. S. Mercados agroalimentares e agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Revista Ensaios FEE**. v. 25, n. 1 p. 299-322, 2004.

MIOR, L. C. **Agricultores familiares, agroindústrias e redes de desenvolvimento rural**. Chapecó: Argos, 2005.

MIOR, L. C.; WILKINSON, J. Setor Informal, produção familiar e pequena Agroindústria: Interfaces. **Estudos Sociedade e Agricultura**, nº 13, 1999.

MURDOCH, J.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Quality, nature, and embeddedness: Some theoretical considerations in the context of the food sector. **Economic Geography**, v. 76, n. 2, p.107-125, 2000.

OLIVEIRA, J. A. V.; PREZOTTO, L. L.; VOIGT, L. **Diagnóstico e potencial das agroindústrias familiares do Estado do Rio Grande do Sul. Florianópolis**, 2002. (Trabalho não publicado).

OLIVEIRA, J. A. V.; SCHMIDT, J. A. V.; SCHMIDT, W. **Avaliação do potencial da indústria rural de pequeno porte (IRPP) em Santa Catarina**. 2ª ed. Florianópolis: CEPAGRO, 2000.

PREZOTTO, L. L. **A agroindústria rural de pequeno porte e o seu ambiente institucional relativo à legislação sanitária**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1999.

PREZOTTO, L. L. Uma concepção de agroindústria rural de pequeno porte. **Revista de Ciências Humanas**. Florianópolis. n. 31, p.133-154, 2002.

RAUPP, A. K. **Políticas Públicas e Agroindústria de Pequeno Porte da Agricultura Familiar – considerações de experiências do Rio Grande do Sul**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

SILVEIRA, P. R. C. et. al. O Turismo e a recriação das agroindústrias rurais tradicionais. In: Congresso Internacional sobre turismo e desenvolvimento sustentável. 5, 2006, Santa Maria/RS. **Anais...** Santa Maria: Citurdes, 2006.

VIEIRA, L. F. Agricultura e agroindústria familiar. **Revista de Política Agrícola**, Brasília, v. VII, n. 1, p.11-23, 1998.

WESZ JUNIOR, V.J.; NIEDERLE, P.A. Agroindustrialização e agricultura familiar: novas dinâmicas de desenvolvimento rural na região Missões, RS. **Geo UERJ**, n. 17, v. 2, p. 88-108, 2007.

WILKINSON, J. **Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira**. Forense, 1996.

WILKINSON, J. Cadeias produtivas para a agricultura familiar. **Organizações Rurais e Agroindústrias**. Revista de Administração da UFLA, v. 01, n. 1, p. 34-41, 1999.

WILKINSON, J. A pequena produção e sua relação com os sistemas de distribuição. In: Seminário Políticas de Seguridad Alimentaria y Nutrición en América Latina. 1, 2003, Campinas/SP. **Anais...** Campinas: UNICAMP, 2003.

Recebido em 16.03.2009

Aceito em 04.06.2009