

Do consumo à produção:
produtos locais, olhares cruzados

Fabiana Thomé da Cruz ¹

Renata Menasche ²

Resumo

A proposta do artigo consiste em construir uma reflexão a respeito de processos de valorização de produtos locais em sociedades contemporâneas. Partimos de dados de pesquisas realizadas em diferentes regiões rurais e na capital do Estado do Rio Grande do Sul, para problematizar o tema em diálogo com a literatura internacional pertinente. Dado um contexto em que é possível perceber uma significativa ansiedade urbana quanto à alimentação e uma intensa mobilidade material e simbólica entre campo e cidade, observamos um rural valorado positivamente, até mesmo idealizado. Mas, se é possível observar processos de valorização de produtos locais associados a imagens idealizadas de rural, é significativo também apreender outros tipos de motivações, quer sejam associadas à ideia de alimentação saudável, quer sejam vinculadas a engajamentos políticos

¹ Engenheira de Alimentos; Mestre em Agroecossistemas; Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGDR/UFRGS). E-mail: fabianathomedacruz@gmail.com

² Doutora em Antropologia Social. Professora da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), vinculada ao Curso de Bacharelado em Antropologia e ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Professora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGDR/UFRGS) E-mail: renata.menasche@pq.cnpq.br

ou ainda a apelos que buscam fortalecer identidades e tradições culturais. Na análise do consumo de produtos locais, encontram-se elementos que possibilitam a apreensão das dinâmicas de desenvolvimento rural: por isso, “do consumo à produção” e daí o interesse em “cruzar olhares”.

Palavras-chave: *produtos locais, consumo, desenvolvimento rural.*

Abstract

The aim of this paper is to construct a reflection in relation to the processes of enhancement of local products in contemporary societies. We present data from studies conducted in different rural areas and in the capital of Rio Grande do Sul State - located in southern Brazil – in order to discuss the referred theme with the pertinent international literature. Given a context in which is possible to notice a significant urban anxiety in relation to food and an intense material and symbolic mobility between the countryside and city, we observe, through the analysis of the interviews carried out with urban consumers, a positively valued idea of rural even as an idealized one. But if it is possible to observe the enhancement of the processes of local products associated with idealized images of the countryside, it is also significant to understand other kinds of motivations, associated with the idea of healthy eating habits, linked to political commitments or also related to appeals that seek to strengthen the identity and cultural traditions. In the analysis of the consumption of local products there are elements that allow the understanding of the dynamics of rural development. For this reason, "from consumption to production" and hence the interest in "crossing views".

Keywords: *local products, consumption, rural development.*

Introdução

Este trabalho propõe uma reflexão a respeito de processos de valorização de produtos locais em sociedades contemporâneas. Partimos de dados obtidos por meio de pesquisas realizadas³ em diferentes regiões ru-

³ No que se refere a Porto Alegre, foram realizadas, no período compreendido entre 2001 e 2002, 25 entrevistas semiestruturadas (MENASCHE, 2003). No meio rural, foram realizados diferentes trabalhos de campo de cunho etnográfico, que inspiram a reflexão levada a cabo neste artigo: em 2000, em localidades situadas nas regiões Norte e Centro-Sul do Estado (MENASCHE, 2003); no

rais e na capital (Porto Alegre) do Estado do Rio Grande do Sul, para problematizar o tema em diálogo com a literatura internacional pertinente.

Identificamos, inicialmente, um contexto de ansiedade urbana em relação à alimentação e percebemos igualmente uma intensa mobilidade material e simbólica entre campo e cidade. Nesse quadro, observamos, nas classificações da alimentação operadas pelos consumidores urbanos estudados, um rural valorado positivamente, idealizado. Evidenciamos que é a partir daí que podemos não apenas entender a demanda por alimentos – dentre eles, especialmente, os produtos locais, que remetem a esse rural idealizado – a qual se apresenta concomitantemente àquela por paisagens, costumes, festas, história, turismo, mas também sua incidência na própria conformação do rural como vivenciado pelos que nele habitam.

Mas, se bem é verdade que podemos observar processos de valorização de produtos locais associados a imagens idealizadas do rural, outros tantos indicam outros tipos de motivações, quer sejam associadas à ideia de alimentação saudável, quer sejam vinculadas a engajamentos políticos ou ainda a apelos que buscam fortalecer identidades e tradições culturais. Assim, torna-se especialmente relevante a compreensão das lógicas e das simbólicas⁴ associadas ao consumo de alimentos – de modo particular, à valorização de produtos locais – e, ao mesmo tempo, de sua incidência na (res)significação das relações e dos espaços rurais. Propomos, em “do consumo à produção”, considerar que, na análise do consumo de produtos locais, encontram-se elementos que possibilitam a apreensão das dinâmicas de desenvolvimento rural. Além disso, como diferentes processos de valorização de produtos locais estão em curso, em diferentes partes, a partir de ênfases distintas, propomos também uma reflexão sobre “cruzar olhares”.

período compreendido entre 2004 e 2005, na região do Vale do Taquari (MENASCHE, 2007); entre 2006 e 2007, na região dos Campos de Cima da Serra (KRONE; MENASCHE, 2007; CRUZ *et al.*, 2008). Com relação à última, lançamos também mão de dados coletados em 2010 – ainda em fase de sistematização – junto a consumidores de Queijo Serrano, moradores de cidades da região.

⁴ A expressão é aqui emprestada de Woortmann e Woortmann (1997).

Do consumo à produção

Do mesmo modo que sugerido por La Soudière (1995) no estudo do caso francês, em pesquisa realizada em Porto Alegre (Rio Grande do Sul, Brasil), pudemos observar que, entre os moradores da capital gaúcha entrevistados a respeito de seus hábitos e preferências alimentares, o *natural* e o *rural* são – como contraponto à desconfiança ante produtos industrializados, manipulados, pré-preparados – identificados como atributos que remetem positivamente à qualidade dos alimentos (MENASCHE, 2003).

O uso de conservantes, corantes, agrotóxicos, aditivos etc. remete a preocupações muito presentes nas falas dos consumidores da capital gaúcha, como fica evidenciado na fala de alguns entrevistados.

Os enlatados, eu compro, mas morro de medo! [...] Parece assim que eu penso “ah, aquela coisa ficou ali dentro tanto tempo!”. Que nem o milho verde, que eu adoro, prá pôr numa salada. Às vezes eu abro, e dá vontade... [faz gesto significando ato de jogar fora]. (Clara)

O amaciante de carne... na verdade, a base dele é semente de mamão. Mas tem outras coisas misturadas. Porque nada que tu compra engarrafado, ou num vidro fechado, é totalmente natural (risos). (Karen)

Os produtos, em geral, sempre eles têm produtos químicos, que nem conservantes. Isso bem não faz. Então, tu pode cuidar que, hoje em dia, tudo que tu compra no supermercado, a maioria tem conservante. Tu vai ver as doenças que existem hoje em dia, são doenças que há cinquenta, cem anos atrás, não existiam. (Denise)

Em relação à produção de carnes, o modo de criação e a alimentação dos animais para abate, especialmente frangos são motivo de desconfiança por parte dos consumidores.

As galinhas ficam ali, presas, só comem ração, então não têm vitamina, os ovos não têm muito valor. [...] Galinha do super, a gente não compra. [...] Coitadas, as galinhas não têm liberdade. A gente vai comer uma galinha triste? Por causa disso que a gente não come. (Dirce)

A pessoa, às vezes, anda com problema na cabeça, não sabe o que é, sente tontura, sabe lá o quê... Esse negócio mesmo, essa coisa do coração, esse sangue grosso... isso tudo vem a ser dessa coisa. Tem a ver com a comida, com a alimentação... essas coisas que intoxicam muito, é muito grosseiro essas ração que dão [para as galinhas]. Não se sabe o que é que tem, não se sabe mesmo. (Angelina)

As preocupações manifestadas pelos consumidores quanto à carne bovina foram menores do que as apresentadas em relação à carne de frango, o que poderia estar atrelado ao sistema extensivo de criação de bovinos, comum no Rio Grande do Sul, possivelmente considerado, pelos consumidores entrevistados, menos artificial que o confinamento ao qual os frangos são submetidos.

Para consumidores moradores de cidades do interior, saber quem produziu os alimentos adquiridos parece ser informação particularmente relevante, que traz a possibilidade de conhecer, de certo modo, quais foram os cuidados adotados em sua produção e processamento. Isso fica expresso na fala de alguns consumidores dos Campos de Cima da Serra.

Queijo [Serrano], a gente escolhe muito pela qualidade, pela higiene. Nós não compramos assim de quem a gente não conhece. Se baterem ali [na porta], a gente não compra. (Frederico)

Eu penso que a gente tem a segurança que vem do supermercado, com um carimbo, com um selo. Isso dá uma segurança, mas é uma segurança parcial, porque a gente nunca sabe, do produtor ao consumidor, por onde isso passou, quem manuseou, quanto tempo. Porque no selo eu posso colocar o carimbo que eu quiser,

da data de vencimento e de validade. Então, muitas vezes a gente deixa de comprar em lugares que tem carimbo, que tem selo... priorizando aquelas pessoas que a gente conhece. (Luiza)

Cabe destacar que a ideia da presença do desconhecido na comida é constitutiva de uma ansiedade urbana contemporânea em relação à alimentação. Tal sentido parte do *princípio da incorporação*, como proposto por Fischler (1993), que considera que, ao alimentar-se, o indivíduo incorpora as propriedades do alimento, que, desse modo, constrói a pessoa que o ingere: daí a necessidade vital de identificação dos alimentos, que irão garantir a preservação da saúde do corpo. Para isso, faz-se necessário assegurar a pureza do alimento, sua integridade, dada pela ausência de elementos estranhos à sua constituição, comumente adicionados na produção ou processamento industrial de alimentos.

Nesse quadro, e da mesma maneira que indicado por Eizner (1995) para o caso dos consumidores franceses, podemos identificar aqui, na valorização observada do *natural* e do *rural*, atributos simbólicos de qualidade dos alimentos, associados à busca de “imagens de sabores perdidos”.

Hoje em dia é tudo mais assim, coisas de mercado. Antes não, antes era tudo mais natural, coisas mais de casa, plantadas em casa, colhidas em casa. O leite, os ovos, carne, frutas, verduras, feijão, todas essas coisas, pão. (Denise)

Se tu vai olhar bem, um ou outro produto, ele está junto, né, o químico. Então, sempre quando é possível, onde eu sei, quando eu vou pros interior aí, se tiver condições, eu compro e trago. Fruta e tudo, aipim, verdura. De gente conhecida lá, tu acaba comprando. [E tu notas diferença?] Com certeza! (Álvaro)

Assim, a partir da constatação da valorização do rural, evidenciada nas classificações da alimentação estabelecidas por consumidores urbanos – no caso, moradores de Porto Alegre entrevistados –, podemos não apenas entender a demanda urbana por alimentos que remetem a esse ru-

ral idealizado, mas também a incidência dessa demanda na própria conformação do rural como vivenciado pelos que nele habitam.

Autores como Lang e Heasman (2004) indicam que, em países europeus, em resposta às inquietações de consumidores diante de crises de segurança dos alimentos, de questões ambientais e de saúde, têm ocorrido mudanças no modelo de produção. Em sintonia com essa perspectiva, estudos recentes – baseados na sociologia do consumo (HARVEY, Mc-MEEKIN e WARDE, 2004), na sociologia econômica (WILKINSON, 2006) ou ainda em trabalhos que, a partir da sociologia rural, têm se debruçado sobre a temática do desenvolvimento rural (GOODMAN, 2003; MARSDEN, 2004) – têm destacado, como consequência de sucessivas crises alimentares⁵, não somente a queda de confiança dos consumidores nos processos de produção de alimentos padronizados pela indústria agroalimentar, como também uma correspondente crescente demanda por alimentos de outro tipo, cuja procedência e/ou processo de produção são conhecidos do consumidor; trata-se de alimentos produzidos localmente, a partir de procedimentos avaliados como ambiental, social e economicamente sustentáveis, enraizados em um território e em uma cultura.

Referimo-nos aqui a produtos que contam com a confiança dos consumidores, cujos atributos são de tipo distinto daqueles estabelecidos pela normatização da indústria agroalimentar, que entende *qualidade* quase que estritamente a partir de parâmetros higiênico-sanitários. Denominamos esses alimentos, genericamente, de *produtos da terra*.

⁵ No continente europeu, essas crises não são recentes. Desde os anos 1970, a utilização de hormônios na produção de carnes tem sido motivo de polêmica e, desde então, vários foram os temas – entre os quais as contaminações por nitrato ou salmonela, bem como a listeriose – que alcançaram notoriedade sob o título “escândalo alimentar”. No entanto, a intensidade da repercussão dessas crises alimentares teve, em 1996, na primeira crise da vaca louca, um ponto de inflexão. Isso é atribuído à disseminação e letalidade da doença, mas especialmente ao fato de os riscos serem, à época, pouco conhecidos. A partir de então, conformou-se, segundo a análise de Gouin e Cordier (2001), um ambiente psicológico em que foi amplificado o tratamento como escândalo alimentar dos eventos. Assim os autores citados interpretam a repercussão dos casos da contaminação por dioxina, em 1999; dos alimentos transgênicos; bem como da segunda crise da vaca louca, em outubro de 2000.

As tendências no sentido da valorização do *rural* e do *natural*, dos *produtos da terra* – aparentemente associadas a um amplo processo que envolve não só a (re)valorização de sistemas produtivos locais como também a aproximação entre produtores e consumidores – estão em consonância com os argumentos de Goodman (2003), que considera que o atual momento histórico indica deslocamento da padronização e da lógica da produção de mercadorias em massa em direção à qualidade alicerçada em confiança, tradição, com base no local, em produtos ecológicos e novas formas de organização econômica.

O mesmo autor assinala que, na Europa, a discussão sobre circuitos curtos de produção e abastecimento de alimentos emerge a partir de crises envolvendo a contaminação de alimentos e também como consequência do gradual redirecionamento da política agrícola, que desloca os objetivos estritamente produtivistas e setoriais do rural em direção a políticas multidimensionais e mais endógenas de desenvolvimento rural. É nesse contexto – associado a uma maior reflexão crítica por parte dos consumidores - que Goodman (2002; 2004) aponta a *virada da qualidade (quality turn)* que, em linhas gerais, abrangeria a produção de alimentos orgânicos, redes agroalimentares alternativas às hegemônicas, temas relacionados à garantia de qualidade e estratégias territoriais para valorização de alimentos locais.

Mais recentemente, Barbosa (2009), analisando algumas das tendências da alimentação contemporânea, aponta, entre outras, a saudabilidade e o valor da origem. A saudabilidade estaria intimamente ligada à medicalização – outra tendência analisada pela autora. Contudo, enquanto na medicalização as preocupações estão centradas no valor nutricional dos alimentos e na busca pela saúde e prevenção de doenças, a saudabilidade, para além dessas expectativas, inclui a noção de bem-estar, envolvendo não só a saúde do corpo mas também aspectos ambientais, de tal forma que essa tendência tem como objetivo implícito tornar as pessoas e o planeta “novamente ‘limpos’, ‘desintoxicados’ de tudo que é ‘artificial’, industrial, no sentido do não natural, na produção e no consumo de alimentos” (BARBOSA, 2009, p. 30). Enquanto tendência, a saudabilidade proporia, de acordo com a mesma autora,

um retorno ao ritmo da natureza na produção de animais e alimentos e ao local [...]. Nasce daí sua

ligação íntima com a agricultura orgânica, com a agricultura familiar e com determinadas ideologias alimentares que preconizam a reformulação do comer em várias perspectivas como alimentação crua, orgânica, vegetariana entre outras. A natureza e o natural são vistos como moralmente superiores ao artificial e ao industrial (BARBOSA, 2009, p.30-31).

Outra tendência evidenciada por Barbosa (2009) – a valorização da origem dos alimentos – é apresentada por meio de três eixos: origem como fruição, origem como politização do mercado e origem como rastreabilidade. A fruição estaria na busca contemporânea por produtos e serviços (incluindo aí a alimentação), os quais, ao ter seus ingredientes e matérias-primas transformadas pelos consumidores, tornar-se-iam algo único, estilizado. A politização do mercado refere-se ao interesse dos consumidores contemporâneos por produtos que tenham seus processos de produção e comercialização pautados em relações justas e equitativas. Essas expectativas, na ausência de uma regulamentação global, partiriam de pressões de consumidores, de tal forma que os produtos gerados sob os preceitos do comércio justo (*fair trade*) deveriam evidenciar, nas embalagens, mais do que características de sabor ou preço, a dimensão ética, ecológica e autêntica dos produtos. Na politização do mercado, valorizam-se, conforme Barbosa, produtos preferencialmente pouco industrializados e mais artesanais e locais, de modo que os produtos sejam mais autênticos, originais e naturais. Por fim, outro eixo relativo à tendência de valorização da origem é a rastreabilidade, sistema burocrático que documenta todos os estágios de produção, processamento e distribuição dos alimentos com o objetivo de identificar a origem e trajetória de um alimento ao longo de toda a cadeia produtiva. Esse sistema, que se desenvolveu em decorrência de casos de contaminação de alimentos, procura garantir segurança aos consumidores, embora, como também considera Barbosa, isso não necessariamente ocorra. Além disso, as vantagens da rastreabilidade não são consenso entre os países.

No contexto em que, por uma ou outra expectativa dos consumidores, como discute Barbosa (2009), as tendências apontam para a valorização de alimentos tradicionais, artesanais, alimentos considerados saudáveis

e/ou naturais, os consumidores passam a apresentar papel ativo, influenciando, muitas vezes, os sistemas de produção, processamento e distribuição de alimentos.

No Brasil, muitas das tendências apontadas por Barbosa são menos expressivas que nos países europeus, em que inquietações dos consumidores ante crises de segurança dos alimentos e questões ambientais e de saúde têm sido amplificadas, principalmente desde as duas últimas décadas. Nesse caso, tem sido relevante o papel dos consumidores para a mudança no modelo de produção (LANG e HEASMAN, 2004). Os mesmos autores salientam ainda que as preocupações públicas sobre a modificação genética e química na produção de alimentos também têm servido para aumentar a sensibilização em relação aos principais problemas inerentes aos métodos de produção.

Em diversos países da Europa, após inúmeros casos de contaminação de alimentos, vinculados à produção em larga escala, além da implantação de rastreabilidade, como salientou Barbosa (2009), verifica-se a valorização de alimentos não industrializados: dentre as possibilidades de escolha dos consumidores, é crescente a busca por produtos locais e/ou alternativos em detrimento dos produzidos por indústrias convencionais.

Dentre as expectativas e motivações dos consumidores, os estudos antes mencionados têm apontado um movimento de novo tipo de constituição de redes de consumidores, a partir do desejo por esses produtos. Para mencionar um exemplo, tenhamos presente o movimento Slow Food e seus recentes desdobramentos enquanto proposta de organização, na Rede Terra Madre, que vêm se identificando como *Comunidades do Alimento*⁶ –, cuja ação, fundamentada na crítica aos métodos convencionais de produção agropecuária, é interpretada como demandante de um novo tipo de desenvolvimento rural, diferente daquele gerado pelo padrão de produção agropecuária resultante da industrialização do sistema agroalimentar. É assim que destacamos, então, um movimento que parte do consumo no sentido de uma reorientação da produção de ali-

⁶ Para mais informações, ver o *site* da rede Terra Madre Brasil (<http://terramadre.slowfoodbrasil.com/>), bem como o *site* internacional dessa rede (<http://www.terramadre.info/>).

mentos, conformador de outro tipo de desenvolvimento rural e, desse modo, um movimento “do consumo à produção”.

Propomo-nos, então, a buscar apreender, de modo integrado, a produção e o consumo, colocando em diálogo as novas tendências de consumo de alimentos – particularmente no que se refere às perspectivas de *consumo consciente* e a novos movimentos de consumidores – e os processos de qualificação da produção – qualidade, aliás, pensada a partir de uma perspectiva multidisciplinar, que comporta tanto os aspectos formais e legais, conformados a partir dos parâmetros higiênico-sanitários, como aqueles relacionados à dimensão simbólica dos alimentos. Trata-se de um diálogo que tem como uma de suas interfaces os processos de patrimonialização de saberes e práticas alimentares.

Produtos locais, olhares cruzados

É no ambiente em que há a valorização da tradição e da artesanidade, do *saudável* e do *natural*, diante, então, de novas demandas em relação às escolhas alimentares, que se coloca a indagação a respeito do leque de motivações que levam consumidores a buscar produtos alternativos aos convencionais.

Para esta reflexão, conduziremos o olhar para o continente europeu, onde esse processo já apresenta uma longa trajetória. Buscaremos observar características e peculiaridades desse processo, tendo presente que, embora a valorização dos produtos locais não seja um fenômeno novo em alguns países da Europa⁷, no último período, ela vem sendo não apenas difundida e atualizada, mas também ressignificada.

A literatura dedicada aos estudos sobre alimentação e cultura estabelece – como já apontado em Menasche (2003) – algumas distinções entre povos e países, cabendo aqui levá-las em conta. Garine (1996), por exemplo, classifica as culturas católicas do sul da Europa a partir da expressão *indulging in food*, distinguindo-as das culturas protestantes do

⁷ A esse respeito, cabe menção aos produtos de *terroir* franceses (ver, entre outros: BONNAIN, 1991; LA SOUDIÈRE, 1995; BÉRARD e MARCHENAY, 1998; DELBOS, 2000; RAUTENBERG *et al.*, 2000).

norte, marcadas pelo puritanismo e ascetismo. Esse mesmo autor, juntamente com Flandrin e Montanari (1998), atesta ainda a permanência das diferenças tradicionais de comportamento alimentar entre os povos da Europa.

Já Fischler (1998) salienta a diferenciação das reações diante de novas tecnologias introduzidas na preparação, consumo e socialização de alimentos. Essas reações, segundo o autor citado, manifestam-se sob dois tipos distintos de preocupação: com a saúde e com a identidade cultural. A primeira preocupação estaria “*mais particularmente espalhada na Grã-Bretanha, nos países escandinavos, no norte da Europa, e sobretudo nos Estados Unidos*”. A segunda seria característica de sociedades como a francesa, italiana e espanhola – aí acrescentaríamos a portuguesa –, bem como de sociedades de outras regiões de tradição católica, nas quais seria possível identificar uma “*relação privilegiada mantida com a alimentação cotidiana, como fonte de prazer, ato de sociabilidade e comunicação*” (FISCHLER, 1998, p.843-844)⁸.

Mais recentemente e em consonância com os estudos anteriormente citados, também Sonnino e Marsden (2006) chamaram a atenção para diferenças referentes a atributos e critérios de qualidade de alimentos em distintas sociedades europeias. Esses autores consideram que, no Reino Unido, Holanda e Alemanha, o interesse dos consumidores está voltado para alimentos considerados *modernos*, vinculados à sustentabilidade ambiental, ao bem-estar animal e a formas inovadoras de *marketing*. Nesses países, a qualidade dos alimentos seria, assim, mais fortemente determinada pela influência de agentes de saúde pública e pela adoção de critérios de higiene do que por características organolépticas e/ou culturais a eles associadas. Ao contrário, em países como Itália, Espanha, França, Portugal e Grécia, onde predomina a pequena produção familiar diversificada e é forte a presença de produtos *tradicionais*, são afirmados elementos como cultura, tradição, território, clima e *saber-fazer* local.

⁸ Como bem mostrou Lima (1996), as distinções referentes às percepções e comportamentos em relação à comida entre europeus do norte e do sul encontram ilustração no belo filme *A Festa de Babette (Babettes Gaestebud)*, do diretor Gabriel Axel, lançado em 1987.

Do mesmo modo, Miele (2001) considera que, nos anos 1990, evidenciaram-se duas abordagens distintas em relação ao alimento, percebido como combustível ou fonte de prazer. A primeira dessas abordagens estaria mais fortemente associada a países como Reino Unido, Holanda e Alemanha, pioneiros na industrialização e produção em larga escala de alimentos, cujo processo de padronização e homogeneização foi particularmente intenso; a segunda abordagem estaria mais vinculada a países como França, Espanha, Itália e Bélgica, mais marcados pelas questões regionais e pelas tradições culinárias.

Enquanto os produtos locais, em algumas dessas sociedades, foram constituídos e reconhecidos há mais tempo, no processo de conformação das cozinhas regionais, em outras, apenas recentemente vêm sendo positivamente valorados. E, vale lembrar, isso vem ocorrendo à medida que os parâmetros higiênico-sanitários de qualidade consagrados pela indústria agroalimentar passam, a partir das crises alimentares anteriormente mencionadas, a ter sua confiabilidade questionada.

Cabe mencionar que, apesar dessas diferenças constitutivas, Miele (2001) acredita que, independentemente das características culturais, com o avanço das grandes cadeias de supermercado, a tendência seria de o consumo de alimentos de países do norte e do sul da Europa tornar-se similar. Tal suposição contrapõe-se não apenas ao que indicam alguns estudiosos da alimentação, entre os quais Garine (1996), Fischler (1998), Flandrin e Montanari (1998), anteriormente citados, mas também a estudos que têm em foco mudanças contemporâneas no consumo, como os trabalhos de Canclini, por exemplo. Ainda que a globalização seja vista como um processo irreversível, esse autor adverte que não se deve entender o global como substituto do local, apontando que a relação da globalização com as culturas locais e regionais não é apenas de homogeneização; as diferenças, afirma Canclini (1997), podem persistir, sendo muitas vezes apropriadas pelo mercado.

Assim, mesmo considerando um tanto simplificadora a diferenciação apontada entre os dois grupos de sociedades europeias, e ainda que sua permanência, no que tange ao consumo alimentar, seja objeto de questionamento, sugerimos que ela possa iluminar parte da diversidade de ênfases existentes no que se refere aos critérios e padrões de qualidade

de alimentos e, mais especificamente, aos distintos percursos observados na valorização dos *produtos da terra*.

O que mais há no prato?

Já mencionamos, quando comentávamos as percepções de moradores de Porto Alegre entrevistados, que o *natural* e o *rural* são atributos valorizados nas demandas de consumidores, colocando-se em oposição às características dos alimentos processados industrialmente, cuja composição é para eles desconhecida e cujos processos de produção lhes são distantes. Em estudo realizado junto a frequentadores de uma loja de produtos orgânicos, na região de Paris, Ouédraogo (1998) aponta que, apesar da heterogeneidade social desses consumidores, suas motivações convergem na segurança de comprar e consumir alimentos produzidos a partir de preceitos e precauções regulamentadas pela agricultura orgânica. As atitudes e opiniões dos consumidores estudados evidenciam que, entre eles, o consumo de alimentos orgânicos faz parte de um estilo de vida, alicerçado em uma ética “que valoriza a vida simples, a natureza e o natural, o artesanal e o rústico..., associado à saúde, à ecologia, à pureza, à solidariedade” e ao bom gosto. Essa pesquisa sinaliza ainda que o consumo de orgânicos também é influenciado por questões ambientais, por preocupações com o modo de produção de animais destinados ao consumo, bem como por solidariedade a produtores.

No Brasil, Guivant (2003), que analisou o perfil de consumidores de frutas, verduras e legumes orgânicos, identifica dois tipos de consumidores. Para um desses tipos, o consumo de produtos orgânicos pode ser ocasional e constituir apenas uma entre outras práticas consideradas *saudáveis*. Os consumidores reunidos nesse grupo fariam parte de um movimento no sentido de um estilo de vida mais saudável, preocupado com a saúde física e o bem-estar individual, grupo que a autora denomina de *ego-trip*. Outro perfil de consumidores de alimentos orgânicos identificado por Guivant (2003) foi por ela nominado de *ecológico-trip*. Esses procurariam consumir alimentos orgânicos não apenas por razões de ordem individual, mas também motivados por preocupações ambientais e sociais. A autora ressalta que esse tipo de consumidor prioriza a aqui-

sição de alimentos orgânicos em feiras, na relação direta com os produtores, ao contrário do que percebeu em relação aos *ego-trips* que, preferencialmente, adquirem alimentos orgânicos nos supermercados.

Recentemente, Klafke (2009) pesquisou as motivações dos consumidores da Banca da Reforma Agrária, localizada no Mercado Público de Porto Alegre, especializada em produtos orgânicos produzidos em assentamentos rurais. A autora concluiu que os consumidores apresentam, como principal argumento para o consumo de produtos da Banca, o fato de estes serem saudáveis, manifestando, dessa forma, preocupações com a saúde e o bem-estar individual.

As pesquisas citadas, realizadas em diferentes contextos, apontam que, entre os consumidores de produtos orgânicos, há preocupações principalmente com a saúde e o bem-estar individuais. Nos estudos realizados no Brasil, fica evidenciado que, ainda que as preocupações e cuidados com a saúde individual sejam ponto comum entre os consumidores de alimentos orgânicos, nem todos são motivados por questões de ordem ambiental ou social ou por algum tipo de inquietação com o bem-estar da sociedade como um todo. Desse modo, é possível indagar em que medida a elevação do consumo de alimentos orgânicos, observada nos últimos anos – no Brasil, de forma particularmente intensa –, estaria de fato associada ao que se tem nominado como *consumo consciente*.

Uma nova moralidade nas escolhas alimentares

Se o aumento do consumo de alimentos orgânicos não necessariamente está associado a processos de comprometimento político dos consumidores, a análise que temos desenvolvido até o momento revela que preocupações de ordem individual estão entre as principais motivações do consumo de alimentos *alternativos*. Nesse sentido, cabe comentar que esse perfil de consumidores parece estar na mira de grandes empresas de alimentos que, percebendo a crescente valorização de produtos *naturais* e *saudáveis*, investem em itens que propõem cuidados com a saúde e remetem a um ideal de corpo perfeito, dialogando com um apelo à estética do corpo e ao bem-estar individual. Da mesma forma, grandes empresas produtoras/distribuidoras de alimentos, percebendo essa valorização

de alimentos tradicionais, têm procurado se apropriar dessa tendência, adotando propagandas e rótulos que procuram vincular seus produtos a essa imagem. Essa “apropriação”, como considera Wilkinson (2003), pode ofuscar os limites entre, por um lado, os produtos tradicionais, feitos em pequena escala, associados a aspectos históricos e culturais específicos e, por outro lado, os produtos feitos em larga escala.

Para apreender esse processo, cabe ter presente os argumentos sistematizados por Fischler (1993), que destaca as transformações nos vínculos com as comunidades de origem, com a família extensa, com as redes de amizade e de parentesco tradicionais, conseqüentes da industrialização e da urbanização. Nesse contexto, as regras e sistemas tradicionais teriam perdido sua centralidade, passando os indivíduos a ter maior autonomia para tomar suas próprias decisões. É nesse quadro que, nas últimas décadas, vimos emergir modelos de felicidade individualista, vinculados à difusão de ideais de gratificação hedônica e à busca por satisfação pessoal.

No que se refere à alimentação, essa mudança trouxe autonomia, mas, conforme argumenta Fischler (1993), diante da crise de critérios morais, econômicos, médicos e higiênicos, acarretou também incertezas em relação às escolhas alimentares. Do mesmo modo, Miele (2001), que explora as mudanças na Europa desde os períodos marcados pela escassez até os dias atuais, caracterizados pela abundância de alimentos, considera que o processo de individualização da sociedade trouxe importantes mudanças, também relacionadas à escolha dos alimentos. Nesse sentido, essa autora aponta a emergência “de uma nova sensibilidade em direção aos alimentos como elemento de um contexto de abundância de alimentos” (MIELE, 2001, p. 1), marcada pelo consumo de alimentos orgânicos, por preocupações com o bem-estar animal – associadas à alimentação vegetariana – e pela redescoberta de antigos valores em relação à comida.

Miele (2001) considera que as crises geradas a partir do processo de individualização podem promover uma nova situação, marcada pela construção de instrumentos para a crítica da dieta e de alimentos convencionais e para a proliferação de ideologias alimentares⁹ – como as associadas à macrobiótica, ao vegetarianismo, aos alimentos naturais, ao co-

⁹ A expressão empregada pela autora é “subculturas” (*subcultures* no original), que substituímos, neste texto, por “ideologias alimentares”.

mércio justo –, relacionadas a distintos desejos e valores, como saúde, equilíbrio, bem-estar, beleza, proteção do meio ambiente, bem-estar animal, justiça social e solidariedade. Essas ideologias alimentares podem ser associadas a uma nova moralidade em relação aos alimentos, estabelecida a partir da mudança de uma visão utilitarista quanto aos animais e à natureza para um ponto de vista compassivo e altruísta. A convergência dessas preocupações recentes dos consumidores, expressa – mais do que questões individuais – questões comuns, compartilhadas entre indivíduos. Daí o estabelecimento de uma nova moralidade.

Nova moralidade, novos consumidores

Nessa compreensão, as inquietudes e novas expectativas dos consumidores colocam-se como ponto de partida para a construção de mecanismos que orientam as escolhas alimentares. É o caso de alguns movimentos sociais atuais, que evidenciam preocupações e novas exigências dos consumidores e indicam novos atributos para definir a qualidade dos alimentos, processo que Murdoch e Miele (2004) tem chamado de nova estética dos alimentos (*new aesthetic of foods*). Esses autores, que analisam a qualidade dos alimentos no atual contexto de redes e mercados alternativos na Europa, destacam a importância de movimentos sociais que promovem novos padrões de consumo, como os movimentos Slow Food e de Comércio Justo, que remetem, respectivamente, à ligação com a produção local e a aspectos sociais.

Canclini (1997), discutindo as razões pelas quais as pessoas consomem bens, aponta que o consumo não pode ser compreendido somente pela lógica econômica, mas pelos significados sociais e políticos compartilhados através dos bens de consumo. Ao tomar o consumo como lugar de diferenciação e distinção entre as classes e grupos, sobressaem-se aspectos simbólicos e estéticos da racionalidade dos consumidores. “No consumo se constrói parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade” (CANCLINI, 1997, p. 56).

A forte relação entre consumo e identidade permitiria, então, compreender as motivações que orientam e constroem os movimentos sociais. Poderíamos, nesse sentido, considerar que, à medida que os movimentos

sociais contribuem para a construção de uma identidade coletiva (MELUCCI, 2001), formada por identidades e objetivos individuais, passam a constituir espaço privilegiado para apreender as preocupações e características dos consumidores contemporâneos. Tal abordagem está em sintonia com Barbosa e Campbell (2007, p. 26), que afirmam que

na sociedade contemporânea, o consumo é ao mesmo tempo um processo social que diz respeito a múltiplas formas de provisão de bens e serviços e a diferentes formas de acesso a esses mesmos bens e serviços; um mecanismo social percebido pelas ciências sociais como produtor de sentido e identidades, independentemente da aquisição de um bem; uma estratégia utilizada no cotidiano pelos mais diferentes grupos sociais para definir diversas situações em termos de direitos, estilo de vida e identidades; e uma categoria central na definição da sociedade contemporânea.

Assim, se as preocupações e objetivos individuais dos consumidores conformam ações coletivas que, por sua vez, podem resultar em movimentos sociais, as expectativas e inquietações individuais em relação ao consumo de alimentos podem ser captadas por meio da identidade dos movimentos de consumidores.

Conclusões

As recentes demandas dos consumidores emergem trazendo consigo novos elementos para pensar a qualidade dos alimentos. Nesse contexto, o *rural* e o *natural* passam a ser valorizados e, em alguns casos, idealizados, agindo na reconfiguração da produção e das relações entre campo e cidade. O reconhecimento da diversidade e heterogeneidade do rural e das relações que ali se realizam passa a compor distintas agendas – inclusive de pesquisa –, que, somadas às expectativas de consumidores, têm influenciado as dinâmicas de desenvolvimento rural.

Enquanto a presença desses processos é intensa na literatura europeia – na sociologia rural, na sociologia econômica ou na geografia política,

entre outras –, é ainda extremamente tímida no Brasil. Contudo, também por aqui é possível perceber mudanças no sentido da valorização e legitimação de *produtos da terra* – processos que colocam em evidência a necessidade de dirigir a atenção para iniciativas e movimentos de consumidores – e em suas imbricações nas relações entre campo e cidade.

Vale também mencionar que, embora seja mantida a perspectiva de diálogo com os estudos que vêm sendo realizados nesse sentido na Europa, a perspectiva que aqui se apresenta propõe-se a levar em conta que, enquanto aqueles trabalhos analisam o consumo de alimentos em sociedades que poderíamos caracterizar como *sociedades de risco* (BECK, 1992) – ou, para Miele (2001), *sociedades da abundância* –, o caso da sociedade brasileira seria mais bem interpretado, como sugere Guivant (1998), a partir da abordagem que considera a coexistência da *sociedade de escassez* com a *sociedade de risco* – ambiguidade que parece evidenciada, por um lado, pela presença da preocupação, entre consumidores, em relação a atributos *alternativos* de qualidade de alimentos e, por outro lado, pela incipiência dos movimentos de consumidores no Brasil e pela significância, entre grandes parcelas da população brasileira, de inquietações referentes ao acesso a alimentos em quantidades suficientes.

Assim, no Brasil, todo esse debate sobre consumo de alimentos deverá ser percebido em um contexto em que, por um lado, restrições de renda impingem limites importantes às escolhas alimentares de significativas parcelas da população e, por outro lado, políticas públicas buscam a promoção de Segurança Alimentar e Nutricional¹⁰.

¹⁰ Cabe aí registro à Lei Orgânica da Segurança Alimentar e Nutricional (Lei 11.346, de 2006), que previu a construção, no Brasil, do Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional e a formulação e implementação da Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (MALUF, 2007).

Referências

BARBOSA, Livia. “Tendências da alimentação contemporânea”. In: PINTO, Michele de Lavra; PACHECO, Jane K. (org.). In: **Juventude, consumo e educação 2**. Porto Alegre: ESPM, 2009.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Collin. “O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas”. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Collin. (Org.). In: **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

BECK, Ulrich. **Risk society: towards a new modernity**. London: Sage, 1992.

BÉRARD, Laurence; MARCHENAY, Philippe. “Patrimoine et modernité: les produits de terroir sous les feux de la rampe”. In: **Journal des anthropologues**, n.74, p.47-66, 1998.

BONNAIN, Rolande. “Des produits regionaux rehabilites ou redécouverts”. In: **Pour**, n.129, p.113-117, 1991.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

CRUZ, Fabiana Thomé da *et al.* “Queijo Artesanal Serrano dos Campos de Cima da Serra: o *saber-fazer* tradicional desafiando a qualidade”. In: **Congresso Internacional de la Red SIAL, IV**, Mar del Plata. Anais... Mar del Plata: Alfater, 2008.

DELBOS, Geneviève. “Dans les coulisses du patrimoine”. In: CHEVALLIER, Denis (dir.). In: **Vives campagnes: le patrimoine rural, projet de société**. Paris: Autrement, 2000.

EIZNER, Nicole. “Préface”. In: EIZNER, Nicole (org.). In: **Voyage en alimentation**. Paris: ARF, 1995.

FISCHLER, Claude. **L’omnivore: le goût, la cuisine et le corps**. Paris: Odile Jacob, 1993.

FISCHLER, Claude. “A ‘McDonaldização’ dos costumes”. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (dir.). In: **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. “Hoje e amanhã”. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (dir.). In: **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

GARINE, Igor de. “Introduction”. In: BATAILLE-BENIGUI, Marie Claire; COUSIN, Françoise (org.). In: **Cuisines: reflets des sociétés**. Paris: Sépia, 1996.

GOUIN, Stéphane; CORDIER, Jean. “Les stratégies des distributeurs face aux risques alimentaires. Le marketing face aux peurs alimentaires”. In: **Revue Française du Marketing**, n. 183-184, p.199-212, 2001.

GOODMAN, David. “Rethinking food production-consumption: integrative perspectives”. In: **Sociologia Ruralis**, n. 42, v. 4, p. 271-277, 2002.

GOODMAN, David. “The quality ‘turn’ and alternative food practices: reflections and agenda”. In: **Journal of Rural Studies**, n. 19, p. 1-7, 2003.

GOODMAN, David. “Rural Europe Redux? Reflections on alternative agro-food networks and paradigm change”. In: **Sociologia Ruralis**, n. 44, p. 3-16, 2004.

GUIVANT, Julia. “A trajetória das análises de risco: da periferia ao centro da teoria social”. In: **Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, n. 46, p.3-38, 1998.

GUIVANT, Julia S. “Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip”. In: **Ambiente & Sociedade**, n.2 , p. 63-81, jul./dez. 2003.

HARVEY, Mark; McMEEKIN, Andrew; WARDE, Alan (ed.). **Qualities of food**. New York: Palgrave, 2004.

KLAFKE, Fernanda. **Consumo de alimentos e reflexividade: os(as) consumidores(as) da Banca da Reforma Agrária**. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Sociais). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

KRONE, Evander Eloí; MENASCHE, Renata. “Agregados e mulheres, o queijo de final de semana e o valor do trabalho”. In: **Raízes**. Revista de Ciências Sociais e Econômicas, n. 26, p.113-119, 2007.

LA SOUDIÈRE, Martin de. “Dis-moi où tu pousses: questions aux produits ‘locaux’, ‘régionaux’, de ‘terroir’, et a leurs consommateurs”. In: EIZNER, Nicole (org.). In: **Voyage en alimentation**. Paris: ARF, 1995.

LANG, Tim; HEASMAN, Michael. **Food wars: the global battle for minds, mouths, and markets**. London: Earthscan Publications, 2004.

LIMA, Nei Clara de. “A Festa de Babette: consagração do corpo e embriaguês da alm”a. In: **Comida - Horizontes antropológicos**, Porto Alegre, n. 2(4), p.71-83, 1996.

MALUF, Renato. “Conferência aponta diretrizes para a Segurança Alimentar e Nutricional no Brasil”. In: **Artigos Mensais OPPA**, n.3, p. 1-3, jul. 2007.

MARSDEN, Terry. “The quest for ecological modernisation: re-spacing rural development and agri-food studies”. In: **Sociologia Ruralis**, n. 44(2), p.129-146, 2004.

MENASCHE, Renata. **Os grãos da discórdia e o risco à mesa: um estudo antropológico das representações sociais sobre os cultivos e alimentos transgênicos no Rio Grande do Sul**. 2003. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

MENASCHE, Renata (org.). **A agricultura familiar à mesa: saberes e práticas da alimentação no Vale do Taquari**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2007.

MELUCCI, Alberto. **A invenção do presente**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MIELE, Mara. **Creating sustainability: the social construction of the market for organic products**. Wageningen: Grafisch Atelier Wageningen, 2001.

MURDOCH, Jonathan; MIELE, Mara. “A new aesthetic of food? Relational reflexivity in the ‘alternative’ food movement”. In: HARVEY, Mark; MCMEEKIN, Andrew; WARDE, Alan. In: **Qualities of food**. New York: Palgrave, 2004.

OUÉDRAOGO, Arouna. “Manger ‘naturel’: les consommateurs des produits biologiques”. In: **Journal des anthropologues**, n. 74, p.13-27, 1998.

RAUTENBERG, Michel et al (dir.). **Campagnes de tous nos désirs**. Paris: MSH, 2000.

SONNINO, Roberta; MARSDEN, Terry. “Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe”. In: **Journal of Economic Geography**, n. 6, p.181-199, 2006.

WILKINSON, John. “The mingling of markets, movements and menus: the renegotiation of rural space by NGOs, social movements and traditional actors”. In: **Globalization: Social and Cultural Dynamics - International Workshop**, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro, 2006.

WILKINSON, John. “A agricultura familiar ante o novo padrão de competitividade do sistema alimentar na América Latina”. In: **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, n. 21, p.62-87, 2003.

WOORTMANN, Ellen; WOORTMANN, Klaas. **O trabalho da terra: a lógica e a simbólica da lavoura camponesa**. Brasília: UNB, 1997.

Artigo recebido para publicação em:

10 de abril de 2010.

Artigo aceito para publicação em:

19 de julho de 2010.

Como citar este artigo:

CRUZ, Fabiana Thomé da; MENASCHE, Renata. Do consumo à produção: produtos locais, olhares cruzados. *Revista IDeAS – Interfaces em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade*, Rio de Janeiro – RJ, v. 5, n. 1, p. 91-114, 2011.