

Ronaldo Tavares de Souza¹
Eduardo de Lima Caldas²

Redes alimentares alternativas e potencialidade ao desenvolvimento do capital social

Introdução

A agricultura orgânica, no início da década de 1980, iniciou uma rápida expansão com taxas de crescimento anuais entre 10% e 30%, em diversos países desenvolvidos. O valor do mercado global de alimentos e bebidas orgânicas vendidas em 2012 ultrapassou US\$ 64 bilhões (SOIL ASSOCIATION, 2014). No Brasil, em 2013, estima-se que esse mercado tenha atingido cerca de US\$ 756 milhões de dólares (RESEARCH INSTITUTE OF ORGANIC AGRICULTURE, 2015), enquanto, em 2015, a revista *Supermercado Moderno* divulgou um crescimento de 20% comparado ao ano anterior.

Colocada como uma variante de qualidade que permite auxiliar o desenvolvimento rural por meio de maior rentabilidade, a evolução do mercado de orgânicos pode resultar em uma convencionalização que, possivelmente, gera os mesmos problemas enfrentados pela agricultura convencional (BLANK; THOMPSON, 2004). Esse processo inclui a adoção de grandes propriedades, monoculturas industrializadas, mecanização, contratação de operários, integração vertical, contratos de produção, especialização regional, comercialização massiva e globalização. Entre muitas outras coisas, o desenvolvimento desse mercado implica a sua comercialização por grandes redes de supermercado (GOLDBERGER, 2011). É quando uma bifurcação se apresenta entre grandes produtores em larga escala e pequenos produtores representando um estilo de vida. Enquanto os primeiros se utilizam de uma rede de distribuição convencional, composta por super e hipermercados típicos, os segundos são mais dependentes de redes alimentares alternativas.

E são essas formas alternativas que ganham força na comercialização de orgânicos. Na literatura, essas formas também são destacadas por

¹ Mestre em Ciência Ambiental pela Universidade de São Paulo (USP) e doutorando em Geografia pela Université Laval (Quebec) e. E-mail: ronaldotavaresdesouza@yahoo.com.br.

² Doutor em Ciência Política pela USP, pós-doutor pela Centre International de Recherches Agronomiques pour le Développement (Paris) e professor livre docente do programa de Pós-Graduação em Ciência Ambiental (PROCAM) e do curso de graduação em Gestão de Políticas Públicas (EACH-USP) da USP. E-mail: eduardocaldas@usp.br.

eventualmente ser uma opção mais sustentável, fomentada por valores e ligada a atores que buscam preservação ambiental, justiça social etc. Wilkinson (2010) traz que pequenos produtores de fato serão cada vez mais dependentes de formas alternativas de comercialização em virtude da crescente consolidação dos grandes varejistas, da dinâmica convencional de relação entre varejistas e fornecedores e das crescentes barreiras sanitárias e regulatórias impostas.

As redes alternativas, que no texto também serão referenciadas por AFN (do inglês, *Alternative Food Networks*), são definidas em oposição ao comércio massivo via super e hipermercados (TREGEAR, 2011; SI, SCHUMILA; SCOTT, 2015; FORSELL; LANKOSKI, 2015; WILSON, 2013). Tregear (2011) as define como “formas de prover alimentos com características consideradas diferentes, e talvez contrárias às formas convencionais que dominam os mercados desenvolvidos”. Com isso, são abarcadas diversas formas de comercialização

Tendo essa como uma alternativa para a manutenção de pequenos produtores e da agricultura familiar, essa forma de comércio pode ser vista como uma colaboradora para a preservação dos objetivos iniciais, incluindo os sociais, propostos pelo fomento do consumo de orgânicos (INTERNATIONAL FOUNDATION FOR ORGANIC AGRICULTURE MOVEMENTS, 2005; LUTTIKHOLT, 2007).

Também observamos que, contrariamente ao que se espera no ciclo de evolução de um mercado (BLANK; THOMPSON, 2004), essas redes se mostram presentes em situações nas quais a rentabilidade fica aquém da alcançada através da venda em supermercados e hipermercados (FERNANDES; WOODHOUSE, 2008; SALTMARSH, 2004, apud SEYFANG, 2006; MUNDLER; LAUGHREA, 2016; GALT, 2013), e persistem mesmo em regiões com baixa presença de agricultura familiar (O’NEILL, 2014). Ou seja, elas não se mostram como formas economicamente eficientes e ainda assim se estabelecem e resistem.

O fato de estarem definidas em oposição ao varejo alimentar convencional, no entanto, torna essa área temática muito ampla e várias formas de comércio são classificadas desse modo. Além disso, o tema também se sobrepõe a outras áreas de estudo como circuitos curtos de comercialização e sistemas localizados, por exemplo. Bowen e Mutersbaugh (2014) relacionaram as contribuições feitas à definição da área, comparando a corrente considerada anglo-americana (AFN) com a francesa (os sistemas agroalimentares localizados, *Systèmes Agro-Alimentaires Localisés* - Syal). Eles definem duas vertentes que se diferenciam pela perspectiva em relação ao termo local. Enquanto a AFN se relaciona com o local em algum dos momentos da cadeia de abastecimento (portanto definindo uma visão ampla) e sem tê-lo como conceito-chave, para a corrente definida pelos pesquisadores franceses, o

local é relacionado a questões territoriais de produção do alimento. Assim, a AFN se vê em torno de diferentes esquemas de produção e aquisição de alimentos, sempre em oposição aos modos convencionais por intermédio de supermercados e grandes corporações. Já a Syal trata muito mais da constituição de comunidades e da produção agrícola em certo limite territorial, muitas vezes lidando com questões de indicação geográfica de origem, e, assim, da conquista e denotação de um capital cultural e social formado por comunidades.

Outra importante sobreposição se dá com a discussão em torno de cadeias curtas. Geen (2006) alerta para a confusão que pode ser gerada quando vendas diretas se referem a cadeias de abastecimento longas ou curtas derivando outras definições e implicações. Para Hinrichs (2003), a definição do que é local advém de uma construção sociocultural específica e fluida ao longo do tempo e do espaço. As afirmações feitas por ela devem ser colocadas no contexto ao qual pertencem, as ciências geográficas, para dar mais clareza sobre o que propõe. A definição de algo como local mostra uma variação de acordo com a vivência do indivíduo, sendo construída a partir da sua perspectiva. Essa pode mudar não só a partir do lugar onde o indivíduo se insere, como também ao longo da sua vida, inclusive abrindo a possibilidade da sua vivência de local se ampliar (DI MÉO, 2014). Uma criança, por exemplo, pode ver o termo local como sua casa porque não costuma sair dela. Ao longo da vida, essa experiência se amplia e local pode ser visto como uma cidade, uma região ou mesmo um país. O que se chama então de comércio local, comumente relacionado a cadeias curtas, pode utilizar fornecedores e cadeias mais longas ao mesmo tempo. Entendida essa ambiguidade, a autora destaca o risco de simplesmente defender o local em oposição ao global e apresenta a ideia de que local-global não é uma variável binária, expondo justamente o conceito de que toda cadeia traz uma mescla espacial diferente.

Em 2015, Duarte e Thome fizeram uma revisão da literatura produzida no Brasil utilizando como chave o termo “cadeias curtas”, principalmente. O resultado mostrou um tema emergente e que atrai cada vez mais o interesse de pesquisadores no Brasil. Há ainda uma dispersão entre os estudiosos do assunto, porém uma concentração geográfica tanto em termos de autores quanto em estudos de caso. Os autores destacam ainda a importância de estudarmos mais essas cadeias no país como mecanismo para o desenvolvimento da agricultura familiar.

Com isso, propomos a questão sobre que formas de comércio estão emergindo globalmente - como redes alimentares alternativas - e qual a potencialidade que apresentam para o desenvolvimento de capital social?

A resposta a essa pergunta foi encontrada em uma revisão dos artigos publicados entre 2010 e 2016, inspirada nos conceitos de revisão

sistemática apresentados detalhadamente na metodologia utilizada. Para auxiliar essa análise, duas outras perguntas foram trabalhadas:

Qual o estado da arte na discussão de redes alimentares alternativas?;

Quais têm sido os fatores relacionados ao desenvolvimento dessas redes?

Na sequência, propomos um debate teórico relacionando as formas de comércio encontradas às suas potencialidades na formação de capital social. Para Putnam (1996), o capital social compreende um conjunto de normas de confiança mútua, redes de cooperação, mecanismos de sanção e regras de comportamento que podem melhorar o desempenho da sociedade na solução de problemas que exigem a ação coletiva. Desse modo, ele se caracteriza como bem público e subproduto de outras atividades sociais baseadas em redes de cooperação horizontais e relações de confiança. Em relação ao debate com o local, o autor não aborda esse conceito na mesma obra, mas destaca o aspecto do capital social ser territorializado, ou seja, não falamos de local, mas podemos entender uma nuance entre o local e o global considerando a abrangência territorial envolvida.

A área temática se mostrou pouco explorada no Brasil nos últimos anos, mas é interessante àqueles que buscam entender melhor as implicações e alternativas econômicas para o desenvolvimento de comunidades rurais.

Metodologia

Para abordar a temática do estudo, alguns conceitos sobre revisões sistemáticas foram aplicados com o objetivo de dar mais transparência e estrutura a essa revisão (PULLIN; STEWART, 2006; COLLABORATION FOR ENVIRONMENTAL EVIDENCE, 2013; PETTICREW; ROBERTS, 2008). Deixamos claro, no entanto, que não houve o rigor proposto dado o objetivo exposto: questões mais exploratórias e sem hipóteses preconcebidas. Assim, o protocolo não incluiu a composição de um comitê avaliador, a ampliação das fontes de informações para web e literatura não científica, se limitando aos artigos da base Scopus, como será mais bem detalhado na sequência.

Os critérios para inclusão foram a data de publicação estar entre 2010 e 30/6/2016, a íntegra ter sido escrita em língua inglesa, portuguesa ou espanhola e estar relacionado à busca das palavras-chaves apresentadas no Quadro 1 a seguir, entre aspas, obedecendo ainda o operador lógico em letra maiúscula.

Quadro 1 - Palavras-chaves utilizadas

Palavras-chaves

"sustainable consumption" AND "food"

"alternative food network"

"short food supply chain"

"sustainable consumption" AND "network"

"alternative agro-food system" OR "alternative agrofood system"

"short supply chain"

"short food chain"

"alternative agro-food network" OR "alternative agrofood network"

"local food distribution"

"local food system" AND "consumption" AND "rural development"

"food system" AND "consumption" AND "social network"

"box scheme" AND "organic food"

"responsible consumption" AND "rural development"

"direct retail" AND "rural development"

"delivery" AND "organic food" AND "consumption"

"local agrofood system" OR "local agro-food system"

"food commercial network"

"sustainable consumption" AND "food" AND "sociology"

Fonte: Elaboração própria.

Foram encontrados 353 artigos e um segundo nível de seleção foi conduzido a partir do conteúdo dos artigos, considerando relevantes aqueles que faziam referência a:

- venda ao consumidor de alimentos humanos (com isso desconsideramos compras institucionais e governamentais);
- sistemas de comercialização não convencionais, ou seja, que não utilizavam hiper e supermercados na venda ao consumidor;
- consumo responsável ou sustentável de alimentos;
- cadeias exclusivas de comercialização de um único tipo de alimento, como vinho, queijo, azeite etc.

Com isso, 109 artigos foram considerados e um aprofundamento foi feito naqueles oriundos dos periódicos de mais prestígio ou mais relacionados ao tema. Ambos os critérios assumem que os revisores de tais publicações estão mais capacitados para lidar com o tema e, portanto, enriqueceriam os resultados encontrados. Para determinar o prestígio, o *SCImago Journal Rank (SJR)*, índice que indica a influência do periódico, foi utilizado estabelecendo como mínimo o índice 1. Posteriormente, os periódicos excluídos foram ordenados pelo número de artigos selecionados e foram mantidos os que publicaram ao menos cinco trabalhos. Com isso, 45 artigos foram lidos na íntegra.

Para poder refletir sobre a questão inicial, a partir desses artigos, elaboramos uma taxonomia (JAYO; DINIZ, 2010) que se encaixa com o objetivo de separar o que foi encontrado na revisão da literatura e discutir o seu desenvolvimento buscando o entendimento que é o objetivo deste artigo: a relação entre essas redes e a potencial formação de capital social.

As redes alimentares alternativas e suas consequências

A partir dos artigos selecionados, é possível constatar o crescente interesse pelo assunto. Em média, foram publicados quatro artigos por mês relativos ao tema em 2016 (até 30/6), havendo uma duplicação do número de artigos publicados entre 2010 e 2016 a cada dois anos, como mostrado na Figura 1.

Figura 1 - Quantidade de artigos publicados (média mensal)



Fonte: Elaboração própria.

Do ponto de vista das principais publicações, há certa fragmentação do tema entre diversos periódicos. Algum destaque é atingido pelo *Journal of Rural Studies*, *Sociologia Ruralis* e *Agriculture and Human Value*. É possível entender também que o desenvolvimento do assunto se deu principalmente por um grupo de pesquisadores no eixo entre Reino Unido e Estados Unidos, e recentemente vem se pulverizando em outras geografias, com contribuições da China, África, Itália e do Leste Europeu. Observamos que, no entanto, não foram encontrados trabalhos sobre o tema no Brasil ou na América Latina que se encaixassem nos critérios de seleção utilizados.

Aqui destacamos a existência de um viés que certamente influencia a conclusão acima, já que dois critérios excluíram parte do conhecimento relacionado à matéria. O primeiro é a adoção de um índice de prestígio

(SJR), uma vez que ele vai se basear em citações de trabalhos que podem encontrar na língua uma barreira. Sendo o inglês reconhecido como a atual língua da ciência, artigos em outras línguas não se tornam acessíveis a muitos (SPINK; ALVES, 2011). O segundo viés é a habilidade dos autores com outras línguas, principalmente a francesa, na qual se desenvolve muito sobre sistemas localizados, uma área com a qual há considerável sobreposição. Isso é coerente com o que Duarte e Thome (2015) encontram em relação à produção sobre o tema no Brasil, ou seja, poucas publicações, dispersas e ainda pioneiras no país.

A primeira década deste século traz então uma discussão teórica que fundamenta a importância para a sociedade de um olhar cuidadoso para a formação dessas redes. Entre os artigos, três autores se destacam como influenciadores importantes do tema.

Hinrichs (2003) inicia uma discussão que persiste até hoje a respeito da reprodução de desigualdades em AFN e sua real capacidade transformadora. Baseada nas redes que enfatizam o comércio local e nas suas práticas de produção/comercialização, ela diz que o fato de se dizerem locais não é suficiente para garantir melhores condições sociais e, na sua visão, marcam uma direção apenas rumo a melhores soluções. Mais adiante veremos que vários artigos vão se relacionar com isso.

Para Renting *et al.* (2003), a dinâmica econômica é uma ameaça ao desenvolvimento de AFN. Ao transpor essa dificuldade, ou seja, ao conseguir gerar um retorno financeiro positivo a partir de práticas alternativas, ela pode gerar impactos positivos. Isso porque, se não houver uma quebra na relação produção-consumo para estabelecer um novo equilíbrio, a pressão de custos sem um crescimento da receita comprometerá os aspectos de qualidade envolvidos. Ou seja, sem atingir certo patamar de vendas, uma AFN pode sucumbir em função de altos custos, sejam eles iniciais ou impostos ao longo do tempo através de normas e regulamentações impostas pelo mercado.

Ambos os autores, de alguma forma, assumem que as AFN podem trazer impactos positivos, porém, para Renting, há uma quebra que possibilita uma nova dinâmica que não a tradicionalmente conhecida entre produção e consumo. Para Hinrichs, a quebra não é clara e a simples alternatividade não é suficiente para haver benefícios socioambientais. Para essa última, o localismo como conceito espacial não necessariamente é o centro e o fator que pode relacionar AFN a benefícios socioeconômicos e ambientais, mas sim o localismo como instrumento para amparar comunidades que podem ser delimitadas geograficamente, ainda que em diferentes escalas. Retornamos aqui à colocação de Putnam (1996) sobre o olhar para o capital social considerando um territorialismo, o que reforça a ideia de que o localismo como demarcação de um território está associado à construção do capital social à medida que se desenvolva

concomitantemente a outras instituições sociais, fortalecendo os vínculos. A ascensão do localismo apenas como aspecto geográfico não impede que práticas não sustentáveis sejam adotadas.

Finalmente, Goodman apresenta uma das maiores produções relacionadas ao tema. Atribuindo a origem das AFN a problemas ocorridos no sistema convencional (como a questão das epidemias em rebanhos), ele também aponta para a desigualdade social que reproduz o sistema convencional. Encontramos na sua obra a crítica ao dualismo global-local que não contribui em sua simplicidade para a evolução de AFN como formas de articulação produção-consumo mais sustentáveis (DUPUIS; GOODMAN, 2005; WILSON, 2013). Nele também encontramos um novo aspecto que não é claro nos autores anteriores relacionado a crises emergentes na sociedade como disparadores de AFN.

Parece-nos até aqui que uma AFN consegue entregar mais benefício quando características de comunidade estão, de alguma forma, vinculadas a ela, promovendo o capital social, independente da escala geográfica que estamos falando, uma vez que uma AFN pode aproveitar a produção no espaço geográfico ou em locais mais distantes. O simples surgimento de uma AFN sem o potencial de criar esse capital pode sucumbir mais facilmente à convencionalização quando a equação entre custo e receita se altera.

Uma vez que falamos de capital social e de uma comunidade, entram em discussão os vínculos existentes entre indivíduos. A AFN se desenvolve em função de um posicionamento estabelecido pelas relações dentro da cadeia, ampliando o leque de possibilidades no que se refere a distâncias entre consumo e produção (BOWEN; MUTERSBAUGH, 2014). A partir do argumento Polanyiano (1980, 2012) do enraizamento econômico na sociedade, pode-se considerar a AFN como re-enraizamentos que fomentam vínculos e alteram a relação econômica produtor-consumidor em diferentes graus, a depender do formato em questão. Ainda assim, assumindo o benefício colocado pela formação dos laços, o fato de que a formação do capital social pode se concentrar em um momento diferente da produção e, ainda, fortalecer o vínculo entre atores com diferentes papéis, aparece como diferenciador entre sistemas localizados e AFN.

Em 2015, Forssel e Lankoski propuseram uma caracterização em função de três dimensões: históricas, centrais e de resultados. Das três dimensões, a dimensão central vai abordar a forma como a AFN funciona em termos de distâncias e de governança. O papel central da distância abre uma discussão relacionada ao desenvolvimento tecnológico que vivemos. O que, em algum momento, estava fortemente vinculado ao físico e geográfico, com a facilitação da comunicação ao longo do tempo, ganhou outro aspecto. Atualmente, com o advento dos meios de comunicação eletrônicos, é possível ser muito mais próximo de outros indivíduos

mantendo longas distâncias. Isso acaba por possibilitar outras formas de governança e o surgimento de um capital social em contextos territoriais mais amplos.

O Quadro 2, a seguir, apresenta uma taxonomia dos diferentes tipos de AFN comumente abordados na literatura. A sigla CSA/Amap refere-se aos arranjos descritos na literatura por *Community Supported Agriculture* e *Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne*.

Quadro 2 – Taxonomia proposta para AFN

CLASSIFICAÇÃO	DESCRIÇÃO	LIDERANÇA
VENDA DIRETA DO PRODUTOR	Comércio direto da produção agrícola pelos próprios produtores em localizações onde se reúnem diversos deles (feiras) ou um único agente que, eventualmente, também escoar a produção de outras propriedades.	Produtor
PRODUÇÃO PRÓPRIA	Nessa rede não há a comercialização com base monetária, mas envolve a troca ou simples doação da produção no círculo social em que o produtor se insere, além do auto-abastecimento. Aqui encontramos jardins urbanos, jardins de alimentos e mesmo áreas alugadas para produção para consumo próprio.	Consumidor/Produtor
ESQUEMAS DE CESTAS	Comércio estruturado em torno da assinatura ou pagamento adiantado de um a cesta de alimentos frescos que, em geral, encontra-se na época de colheita.	Produtor/Varejista
CSA/AMAP	Organizações com postas por produtores e consumidores na qual há um a contribuição mensal correspondente aos custos de manutenção da área cultivada, incluindo mão-de-obra. A produção da área é compartilhada entre os membros do grupo formado.	Consumidor/Produtor
GRUPOS DE COMPRA SOLIDÁRIA	Organizações de consumidores que prospectam, qualificam e coordenam a compra coletiva de alimentos e sua distribuição entre os membros do grupo.	Consumidor

Fonte: Elaboração própria.

Na sequência, com base nessa classificação introdutória, procuramos detalhar o que foi verificado nos artigos encontrados.

Venda direta do produtor

Esse é um dos formatos mais abordados ao estudar as AFN. Obedecendo a uma forma tradicional de comércio, o principal formato

abordado é a feira livre, que perdeu força e foi substituída, em grande parte, pelo comércio nas grandes redes (GOLDBERGER, 2011; WILKINSON, 2010). Recentemente, essa modalidade voltou a crescer em decorrência da comercialização de orgânicos.

Na República Tcheca, Spilkova e Perlin (2013) observaram que os compradores em feiras de produtores estavam menos preocupados com questões socioambientais e iam a esses mercados por motivos mais hedonísticos, buscando diversão, sabor, frescor etc., em oposição ao que comumente é encontrado nos mercados da Europa Ocidental e dos Estados Unidos. Essa percepção é similar a de Vitterso e Tangeland (2015), para os quais a escolha por redes alternativas se relaciona a uma busca por um mercado de alimentos mais variado. Isso é indicado pela própria oferta de variedade de alimentos dos canais convencionais que têm crescido em termos de produtos e qualidade. Para os autores, o alimento deixa de ser uma questão de nutrição e satisfação da fome para tornar-se um prazer e uma demonstração de status.

Wang *et al.* (2015) aprofundam o entendimento dessas feiras na China e destacam a formação de uma rede social densa entre os organizadores de tais feiras, incluindo o fortalecimento de preocupações socioambientais originadas até mesmo em outras geografias. Entre os frequentadores das feiras, os mesmos valores não são verificados com igual intensidade. Os compradores buscam nessas feiras comprar produtos de origem mais confiável, refletindo uma crise de confiança no sistema convencional.

De maneira similar a todos os estudos, destaca-se nesse formato a interação presencial entre produtor e consumidor. O fortalecimento desse contato reconstrói a confiança entre os agentes, com impactos para a disposição em pagar mais e o entendimento da dinâmica rural.

Esse também foi o formato utilizado em um estudo quasi-experimental nos Estados Unidos para entender as barreiras à adesão a esse tipo de canal por consumidores de baixa renda. Kato e Mckinney (2015) relatam que a venda direta nasce de uma perspectiva criada a partir de uma classe de maior poder aquisitivo, gerando um espaço que possivelmente excluiria aqueles que não têm meios financeiros, espaciais, temporais, sociais ou culturais para participar. No entanto, as conclusões apontam que, após a divulgação e experimentação do modelo em populações de baixa renda, as famílias que não voltaram a usar o mercado relacionavam-se a extratos mais jovens da população, vistos como culturalmente menos conectadas a hábitos alimentares saudáveis. Isso indicaria a necessidade de construções sociais específicas para suportar certas AFN.

Nessa classificação também vimos o comércio direto em lojas implantadas nas propriedades. Apesar de citado em diversos trabalhos, poucos detalhes são dados, porém é possível notar a similaridade com as feiras de produtores no que tange ao contato direto com compradores. No

entanto, nesse caso, a dinâmica que uma feira provoca nas interações entre produtores pode ser prejudicada pela menor diversidade desse tipo de loja. Ainda que nelas se proponha vender insumos de outros produtores, a diversidade e a relação mais horizontal que a feira provoca não devem ser superadas.

Produção própria

Há três linhas encontradas relativas à produção para consumo próprio. Curiosamente, nesse caso também a origem da modalidade se dá em função de uma crise dos sistemas de abastecimento, porém se desdobra em algum momento para uma prática de lazer.

Em maior profundidade, são encontrados trabalhos que discutem o fenômeno nos países do antigo bloco comunista na Europa (MYNCITE, 2012; JEHLICKA; SMITH, 2011) como uma prática surgida da necessidade em lidar com crises de abastecimento desse sistema. Assim, diversas famílias mantinham propriedades de subsistência produzindo diferentes gêneros. Nos momentos de falta de produto no sistema convencional, o escambo desses gêneros garantia o abastecimento de parte da população. Com a abertura desses mercados, a prática persistiu, ainda que venha perdendo intensidade.

Já na China, também a crise de confiança no sistema alimentar deu lugar a uma prática local, na qual pequenos pedaços de terra são alugados para famílias com propósitos de lazer, mas ao final produzem alimentos que são para consumo próprio (SI *et al.*, 2015).

Também nos Estados Unidos, no passado, essa prática ganhou espaço a partir de crises econômicas profundas. Nesse caso, a produção era comunitária e utilizava-se o espaço público muitas vezes. Não enfrentando recessões como essas hoje, surge um movimento com aparente ligação com o interesse pela alternatividade (NAYLOR, 2012). Em alguns locais do país, moradores têm substituído parte de seus jardins por plantas alimentícias. Empresas especializadas oferecem o suporte necessário desde o plantio até a colheita e, eventualmente, compram a produção para revenda. No entanto, o que se encontrou de fato foram hortas domiciliares ligadas a famílias de renda elevada e voltadas principalmente para o consumo próprio. Se antes isso era feito para garantir o abastecimento durante a crise, atualmente parece ligado a um estilo de vida alternativo e mesmo, uma demonstração de status.

Esquemas de cestas

Apenas um estudo abordado apresentou um caso de esquemas de cestas, no Quênia. No entanto, a modalidade é mencionada em alguns outros estudos.

Para Paul e Mckenzie (2013), os esquemas de cesta são “companhias, cooperativas ou grupos que distribuem alimentos a consumidores privados nas proximidades, frequentemente famílias individuais, garantindo que os produtos são frescos e produzidos localmente. Geralmente as caixas são distribuídas semanalmente a um preço pré-combinado.”

A origem de alguns casos também é citada. No mesmo texto, os autores narram que o relacionamento criado entre diferentes atores (produtores, agrônomos, simpatizantes etc.) pela iniciativa de incentivo à agricultura periurbana de Barcelona propiciou a formação de um esquema de cestas. Mais tarde, a organização dos produtores em três associações acabou relacionada a quatro esquemas de cestas diferentes em operação na cidade. Em outros casos também é observada uma relação com a proximidade de grandes centros (JAROSZ, 2008; SPILKOVA; PERLIN, 2013; BARBERA; DAGNES, 2016), no entanto são observações superficiais dentro de discussões enfocadas em outras questões.

No caso abordado no Quênia, Freidberg e Goldstein (2011) encontraram uma série de problemas para a implementação de um modelo concebido no eixo América do Norte-Europa em um país em desenvolvimento. Essa experiência não foi bem-sucedida, mas deixou clara a importância da adequação cultural do modelo aos produtores, mediadores e consumidores. Originada a partir de uma organização de fomento à agricultura orgânica, os produtores não se engajavam suficientemente no esquema para resolver as dificuldades que surgiam. A disseminação de uma cultura de corrupção foi outro fator comprometedor e, por fim, consumidores distantes e pouco interessados pelo real entendimento das necessidades dos pequenos agricultores se frustravam com a distância entre a qualidade oferecida pelo esquema e suas expectativas.

CSA/Amap

Outro formato bastante abordado por diversos pesquisadores, ambas as siglas significam associações construídas para dar suporte aos agricultores. Funcionando a partir de mensalidades pagas pelos consumidores, esses movimentos se comprometem a eliminar ou diminuir as oscilações de renda de agricultores, em contrapartida, os agricultores planejam a produção em conjunto com seus consumidores que, ao final, compartilham a colheita.

O modelo está fortemente calcado em um esquema de governança no qual consumidores e produtores dividem a responsabilidade sobre a cadeia e remuneração dos agentes.

Bos e Owen (2016) aprofundam o papel das mídias eletrônicas, mas indicam que um contato presencial é essencial na construção da confiança e transparência, principalmente para uma reconexão moral. Essa

transformação da sociedade permitiu a aceleração desse tipo de rede porque facilita a comunicação e diminui as barreiras temporais e espaciais entre indivíduos. A divulgação de imagens facilmente, o contato quase instantâneo e as redes sociais virtuais fazem parte das ferramentas que reforçam transparência e confiança.

Para alguns autores, o contato físico não é dispensável, mas é como se agora fosse possível um passo intermediário entre o anonimato das redes convencionais e o encontro presencial de feiras de produtores, por exemplo (THORSOE; KJELDSEN, 2015; BOS; OWEN, 2016). No CSA, esse contato supostamente atinge um pico quando consumidores se envolvem no processo produtivo para determinar as culturas a serem produzidas e os calendários e as técnicas que serão utilizados.

Esse interesse mais ou menos voltado a aspectos altruístas também é discutido por Dubuisson-Quellier, Lamine e Le Velly (2011), que identificam os consumidores como engajados, oportunistas e uma parcela que consideram recrutados. Isso porque eles veem algumas AFN como movimentos políticos que geram conscientização. Ainda assim, reconhecem a dificuldade em romper com a lógica consumidora, uma vez que essas redes se mantêm influenciadas pelas expectativas de preço, qualidade, sortimento etc. de consumidores. O estudo de Galt (2013) mostrou que, mesmo no CSA, não encontramos condições suficientes para garantir melhores condições sociais, indicando a autoexploração de certos agentes, quando indivíduos sofrem uma suposta deterioração da sua qualidade de vida para fomentar o grupo ao qual suportam.

O modelo também foi encontrado na China, onde várias iniciativas de CSA são lideradas por empreendedores capitalistas (SI; SCHUMILA; SCOTT, 2015). A partir de uma oportunidade e necessidade de consumidores, esses empresários organizaram modelos que parecem proporcionar mais confiança ao consumidor. Os resultados buscados não necessariamente trazem maior justiça social ou preservação ambiental. As características históricas tampouco têm relação com causas sociais ou ambientais. Mas o formato se encaixou com essa demanda por alimentos oriundos de fontes mais confiáveis.

Outra experiência interessante foi uma adaptação do modelo para a comercialização de pescados. Nesse caso, contrariamente ao ponto da necessidade do contato físico, os consumidores ficavam distantes da origem do produto e foram encontrados raros casos que visitaram a área de pesca (LE VELLY; DUFEU, 2016). Isso não impediu o desenvolvimento do grupo e a melhoria da renda dos pescadores, como era o objetivo.

Grupos de compra solidária

Predominantemente encontrados na Itália, apenas uma exceção foi vista em funcionamento na Dinamarca. Esses grupos, de forma diferente do

CSA, são originados e geridos por consumidores. Cembalo et al. (2013) os definem como associações espontâneas de consumidores cujo comportamento é marcado por forte acordo ético e filosófico, formando redes de economia solidária. No mesmo ano, Fonte (2013) coloca que eles se apresentam como um movimento de crítica ao modelo de consumo dominante, e têm por objetivo construir uma economia mais sustentável através da maneira pela qual compram sua comida e outros bens.

Na Dinamarca, esses grupos são chamados de Comunidades Alimentares. Em conjunto com os produtores, consumidores se encarregam da logística, venda e formação de preço. Há uma taxa paga para se associar e o compromisso de dedicar certo tempo para as atividades do grupo, todo mês. Não há contratos de longo prazo. Além da provisão de alimentos, seus membros têm oportunidade de se engajar também em outras atividades sociais como apresentações e debates.

No estudo de Migliore (2014), é mapeada uma densa rede de formação desses grupos. Na Itália, eles constituem instituições maiores que se conectam com outras instituições afins, como o movimento Slow Food, por exemplo, e que influenciam o crescimento e a proliferação deles. Os veteranos são identificados como agentes centrais nessas redes que se formam, enquanto redes novas e seus membros são claramente periféricos.

Clubes de compra é como Si, Schumilas e Scott (2015) apresentam outro movimento similar, agora na China. Para eles, o movimento está intimamente relacionado a outras organizações não governamentais imbuídas do objetivo de criar condições de consumo mais sustentáveis. Na China, eles também organizam feiras de produtores, visitas às fazendas fornecedoras, experiências de cultivo e educação. No entanto, os autores observam que o principal interesse de novos membros é a aquisição de alimentos seguros e saudáveis. Assim como em outras formas, os clubes de compra se tornaram alternativa aos constantes problemas de segurança alimentar no país.

Discussão

Após o entendimento a respeito de que modelos de AFN, aqui referidos, voltamos nossos esforços à reflexão sobre como cada um deles potencialmente desenvolve o capital social.

O primeiro aspecto que nos chama a atenção é o potencial de relações existente em cada tipo de rede. A densidade (KNOKE; YANG, 2008) é o nosso ponto de partida e refere-se ao número de relacionamentos existentes em uma rede, considerando o número de relacionamentos potenciais. Ela pode mostrar-se muito maior nas AFN em que um grupo deve formar-se e interagir com certa regularidade para que o objetivo da ação coletiva seja alcançado. Nesse sentido, o potencial maior se dá nos

grupos de compra solidária e CSA/Amap. A densidade pode se reduzir, mas ainda ser maior nos esquemas de venda direta, principalmente quando falamos de feiras livres, já que os produtores devem organizar-se para atuarem juntos, dividindo espaço e serviços comuns. Já as densidades em esquemas de cestas e produção própria podem ser bem reduzidas por não exigirem interação entre membros do grupo e, potencialmente, se limitando ao núcleo familiar nos casos de produção própria.

E assim, no sentido contrário ao colocado acima, a produção própria aparece como a AFN mais fragilizada e que vem diminuindo no Leste Europeu (local onde era encontrada com frequência), uma vez que o sistema convencional torna-se confiável e seu objetivo esvazia-se. Os elementos para a formação do capital social perdem então seu sentido, uma vez que os agentes não têm necessidade de cooperar, dispensando vínculos de confiança, regras e sanções sociais. Perde-se o objetivo da ação conjunta.

Já considerando os esquemas de cesta, o problema que origina a necessidade de ação coletiva permanece, enquanto o sistema convencional não atende à necessidade do consumidor. Aqui é importante destacar que essa necessidade pode ir além do simples abastecimento de alimentos. São os casos que também mantêm viva a produção própria, como qualidade do alimento, lazer, status etc. No entanto, diferentemente da produção própria, os esquemas de cestas criam maior interação entre consumidores e o agente central, disparando maior comprometimento por parte de ambos no cumprimento de expectativas como prazos, qualidades, diversidade, valores, pagamentos etc., respeitando regras simples (e convencionais) e sanções de mercado, muitas vezes regidas por contratos.

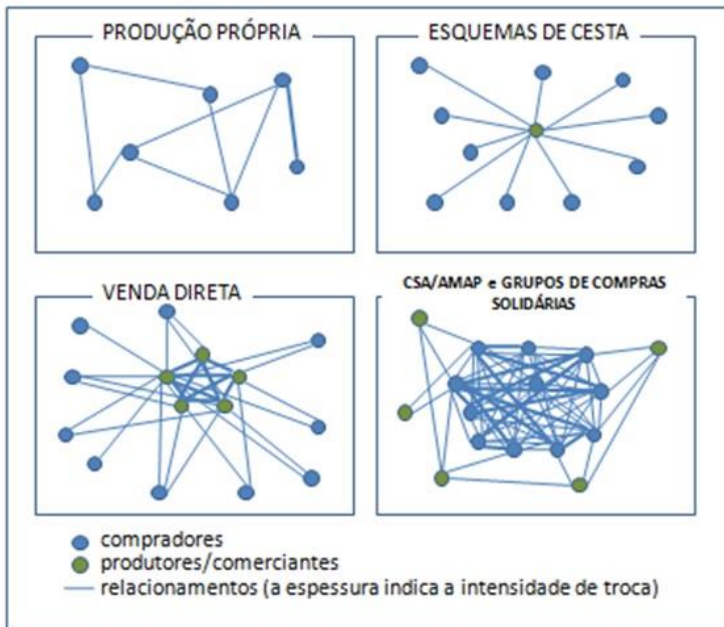
Os esquemas de venda direta podem trazer uma variação considerável, iniciando por uma relação similar aos esquemas de cestas nos quais um agente assume a coordenação de produtores e disponibiliza a produção aos consumidores, indo até organizações de produtores em menor ou maior escala que se unem em feiras livres. Os casos vistos na China e no Leste Europeu são exemplos interessantes de organizações maiores envolvendo horizontalmente diversos produtores com um sistema mais complexo de regras e sanções para fomentar a cooperação e confiança. Com isso, surge também um espaço amplo de discussão e apoio à comunidade, pautado em ideologias maiores que transcendem aspectos geográficos. Curiosamente, esses produtores se conectam a consumidores que começam a ser sensibilizados para a questão agrária, mas ainda não demonstram ser essa a principal preocupação.

Por fim, a densidade é potencialmente maior nos CSA/Amap e nos grupos de compras solidárias. Dizemos isso pensando que poucos

produtores podem organizar-se para a venda direta e estabelecer uma base de clientes que permita seu sustento sem, no entanto, manter vínculos tão fortes com eles, mas apenas entre si. Já o contrário, ou seja, o número de consumidores necessários para criar a escala que torna economicamente viável a compra direta de produtores é muito maior. Dessa forma, um empreendimento que se torne bem-sucedido entre consumidores deve apresentar um fortalecimento maior dos princípios de cooperação envolvendo regras, sanções e a confiança mútua e, portanto, fomentando o capital social.

A Figura 2 exemplifica a discussão entre a densidade, representada pelo número de conexões potenciais em cada modelo, e o vínculo necessário entre agentes, ilustrado pela espessura da linha que os conecta.

Figura 2 - Tipos de organizações em AFN - imagens ilustrativas



Fonte: Elaboração própria.

A imagem ilustra o que buscamos colocar anteriormente, por meio do número de relações e da sua qualidade, que imaginamos necessárias para permitir o desenvolvimento da AFN. Uma linha mais grossa entre dois atores pode traduzir um número maior de encontros mensais, um comprometimento conjunto ou uma colaboração recorrente para a colheita ou organização do espaço de venda. De maneira análoga, um

desenho cruzado por um maior número de linhas nos mostra uma rede com mais atores interagindo e menos dependentes de atores centrais.

Não é possível afirmar que essas configurações sejam condições necessárias e exclusivas para a criação do capital social, mesmo porque cada rede é única. Porém permite pensar que a densidade e a qualidade dos relacionamentos em cada tipo delas sejam potencialmente maiores e mais fortes dependendo das condições intrínsecas para sua existência. Com isso, encontramos que o estudo dessas redes pode nos indicar condições e fatores que auxiliem o desenvolvimento de práticas sustentáveis.

Conclusões

Com base nos dados encontrados a respeito das AFN estudadas na literatura, é possível inferir que cada uma delas apresenta um potencial diferente para a construção de capital social, a partir dos encontros necessários entre agentes para torná-las possíveis.

Assumindo que o capital social se dá a partir da confiança entre agentes, regras, sanções e fomento à colaboração, esperamos encontrar condições mais propícias em meios mais densos e com vínculos mais fortes.

Os grupos formados a partir de compradores, nesse caso, teriam condições mais fortes de desenvolver isso, seguido por grupos formados a partir de produtores. Em ambos, supõem-se haver uma sub-rede com mais densidade e exercendo uma centralização. É visual também a constatação de que esquemas de cesta já apresentam uma estrutura bem menos densa, mas também se formam a partir de um agente centralizador. Já no caso da produção própria, não é possível afirmar que haja agentes com centralidade tão acentuada, e a estrutura em si se torna mais dispersa, desfavorecendo a criação de tal capital, a não ser que condições externas imponham a necessidade de fortalecer vínculos.

Essa discussão abre espaço para pensar no fomento aos distintos grupos como forma de desenvolver o consumo responsável e criar mecanismos que propiciem o aprimoramento da agricultura familiar não utilizando apenas a ótica do produtor, mas fortalecendo a consciência entre consumidores e seu papel social.

Com isso, abre-se a oportunidade de aprofundar em estudos empíricos a validade da proposta de estimar o capital social acumulado em diferentes arranjos de AFN, sobretudo aquelas centradas em consumidores (CSA/Amap, por exemplo), em comparação às centradas em produtores (como feiras livres). Além disso, é interessante entender como se dão as condições para o nascimento e o desenvolvimento de tais redes e seu impacto ao meio rural.

Referências bibliográficas

- BARBERA, F.; DAGNES, J. Building alternatives from bottom-up: the case of AFN. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, v. 8, p. 324-331, 2016.
- BLANK, S. C.; THOMPSON, G. D. Can/Should/Will a niche become the norm? Organic agriculture's short past and long future. *Contemporary Economic Policy*, v. 22, p. 483-503, 2004.
- BOS, E.; OWEN, L. Virtual reconnection: the online spaces of alternative food networks in England. *Journal of Rural Studies*, v. 45, p. 1-14, 2016.
- BOWEN, S.; MUTERSBAUGH, T. Local or localized? Exploring the contributions of Franco-Mediterranean agrifood theory to alternative food research. *Agric Hum Values*, v. 31, p. 201-213, 2014.
- CEMBALO, L., MIGLIORE, G.; SCHIFANI, G. Sustainability and new models of consumption: the solidarity purchasing groups in Sicily. *Journal of Agriculture and Environmental Ethics*, v. 26, p. 281-303, 2013.
- COLLABORATION FOR ENVIRONMENTAL EVIDENCE. Guidelines for Systematic Review and Evidence Synthesis in Environmental Management Version 4.2, 2013. Disponível em: <www.environmentalevidence.org/Documents/Guidelines/Guidelines_4.2.pdf>. Acesso: 22 jan. 2016.
- DI MÉO, G. *Introduction à la géographie sociale*. Paris: Dundo Éditeur, 2014.
- DUARTE, S. C. L.; THOME, K. M. Short food supply chain: estado da arte na academia brasileira. *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 23, p. 315-340, 2015.
- DUBUISSON-QUELLIER, S.; LAMINE, C. ; LE VELLY, R. Citizenship and consumption: mobilization in alternative food systems in France, *Sociologia Ruralis*, v. 51, p. 304-323, 2011.
- RESEARCH INSTITUTE OF ORGANIC AGRICULTURE. *The world of organic agriculture; statistics and emerging trends 2015*. Research Institute of Organic Agriculture. Frick, p. 64, 2015.
- FONTE, M. Food consumption as social practice: Solidarity Purchasing Groups in Rome, Italy. *Journal of Rural Studies*, v. 32, p. 230-239, 2013.
- FREIDBERG, S.; GOLDSTEIN, L. Alternative food in the global south: reflections on a direct marketing initiative in Kenya. *Journal of Rural Studies*, v. 27, p. 24-34, 2011.
- GALT, R. E. The moral economy is a double edged sword: explaining farmers' earnings and self-exploitation in community supported agriculture. *Economic Geography*, v. 89, p. 341-365, 2013.
- GEEN, N. *et al.* Diverse characteristics of UK organic direct marketing chains. *Aspects of Applied Biology*, v. 79, p. 75-78, 2006.

- GOLDBERGER, J. R. "Conventionalization, civic engagement, and the sustainability of organic agriculture" *Journal of Rural Studies*, v. 27, p. 288-296, 2011.
- GRIVINS, M.; TISENKOPFS, T. A discursive analysis of oppositional interpretations of the agro-food system: A case study of Latvia. *Journal of Rural Studies*, v. 39, p. 111-121, 2015.
- INTERNATIONAL FOUNDATION FOR ORGANIC AGRICULTURE MOVEMENTS. *Principles of organic agriculture: preamble*. Bonn, 2005. Disponível em: <http://www.ifoam.org/sites/default/files/ifoam_poa.pdf>.
- SMITH, J.; JEHLICKA, P. An unsustainable state: contrasting food practices and state policies in the Czech Republic. *Geoforum*, v. 42, p. 362-372, 2011.
- SPIJKOVA, J.; PERLIN, R. Farmers' markets in Czechia: Risks and possibilities. *Journal of Rural Studies*, v. 32, p. 220-229, 2013.
- KATO, Y.; MCKINNEY, L. Bringing food desert residents to an alternative food market: a semi-experimental study of impediments to food access. *Agric Hum Values*, v. 32, p. 215-227, 2015.
- MIGLIORE, G. *et al.* Food community networks as leverage for social embeddedness. *Journal of Agriculture and Environmental Ethics*, v. 27, p. 549-567, 2014.
- MINCYTE, D. How milk does the world good: vernacular sustainability and alternative food systems in post-socialist Europe. *Agriculture and Human Values*, v. 29, p. 41-52, 2012.
- MUNDLER, P.; LAUGHREA, S. The contributions of short food supply chains to territorial development: a study of three Quebec territories. *Journal of Rural Studies*, v. 45, p. 218-229, 2016.
- NAYLOR, L. Hired gardens and the question of transgression: lawns, food gardens and the business of 'alternative' food practice. *Cultural Geographies*, v. 19, p. 483-504, 2012.
- PAÜL, V.; MCKENZIE, F. H. Peri-urban farmland conservation and development of alternative food networks: Insights from a case-study area in metropolitan Barcelona (Catalonia, Spain). *Land Use Policy*, v. 30, p. 94-105, 2013.
- PETTICREW, M.; ROBERTS, H. *Systematic reviews in the social sciences: a practical guide*. Oxford: Blackwell Publishing, 2006. 336 p.
- PULLIN, A. S.; STEWART, G. B. Guidelines for Systematic Review in Conservation and Environmental Management. *Conservation Biology*, v. 20, p. 1647-1656, 2006.
- PUTNAM, R. *Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna*. Rio de

Janeiro: FGV, 1996.

REVISTA SUPERMERCADO MODERNO. *Produtos com apelo à saúde e indulgência crescem*. 4 jan. 2016. Disponível em: <<http://www.sm.com.br/detalhe/produtos-com-apelo-a-saude-e-indulgencia-crescem-na-crise>>. Acesso: 19 mar. 2017.

SI, Z.; SCHUMILAS, T.; SCOTT, S. Characterizing alternative food networks in China. *Agric Hum Values*, v. 32, p. 299-313, 2015.

SIMONCINI, R. Introducing territorial and historical contexts and critical thresholds in the analysis of conservation of agro-biodiversity by Alternative Food Networks, in Tuscany, Italy. *Land Use Policy*, v. 42, p. 355-366, 2015.

SMITH, J.; JEHLICKA, P. Quiet sustainability: Fertile lessons from Europe's productive Gardeners. *Journal of Rural Studies*, v. 32, p. 148-157, 2013.

SOIL ASSOCIATION. *Organic market report 2014*. Bristol: NL, 2014.

SPIILKOVA, J.; FENDRYCHOVA, L.; SYROVATKOVA, M. Farmers' markets in Prague: a new challenge within the urban Shoppingsscape. *Agric Hum Values*, v. 30, p. 179-191, 2013.

THORSOE, M.; KJELDSEN, C. The constitution of trust: function, configuration and generation of trust in alternative food networks. *Sociologia Ruralis*, v. 56, p. 157-175, 2015.

VITTERSO, G.; TANGELAND, T. The role of consumers in transitions towards sustainable food consumption. The case of organic food in Norway. *Journal of Cleaner Production*, v. 92, p. 91-99, 2015.

WANG, R. Y.; SI, Z., NG, C.N.; SCOTT, S. The transformation of trust in China's alternative food networks: disruption, reconstruction, and development. *Ecology and Society*, v. 20, p. 19, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5751/ES-07536-200219>>. Acesso: 5 out. 2015.

WILKINSON, J. Economic and agrofood studies in Brazil. *Economic sociology European electronic newsletter*, v. 11, p. 3-9, 2010. Disponível em: <<http://www.siswo.uva.nl/ES>>. Acesso em: 22 jan. 2016.

SOUZA, Ronaldo Tavares de e Eduardo de Lima Caldas. Redes alimentares alternativas e potencialidade ao desenvolvimento do capital social. *Estudos Sociedade e Agricultura*, junho de 2018, vol. 26, n. 2, p. 426-446, ISSN 2526-7752.

Resumo: (*Redes alimentares alternativas e potencialidade ao desenvolvimento do capital social*). A partir de propósitos de sustentabilidade e justiça social, os produtores de alimentos orgânicos encontram uma bifurcação entre o crescimento convencional e a manutenção da produção familiar. Esses últimos são levados a redes alternativas de distribuição de alimentos que abrangem uma ampla variedade de formas. Este artigo questiona como essas formas podem favorecer o desenvolvimento do capital social. Por meio de uma revisão sistemática, 45 artigos deram sustentação a uma taxonomia com cinco tipos de redes: produção própria; esquemas de cestas; venda direta; comunidades de suporte ao agricultor; e grupos de compras solidárias. A reflexão sobre densidade e vínculos esperados em cada tipo de rede, através dos exemplos observados, indica maior potencial daquelas formadas a partir de consumidores, seguidas por grupos de produtores, esquemas de cestas e, por último, produtores para consumo próprio. Essa pode ser uma contribuição significativa às políticas para fomento do consumo responsável e desenvolvimento da agricultura familiar.

Palavras-chave: agricultura orgânica, redes alternativas, desenvolvimento rural, comércio agrícola.

Abstract: (*Alternative food networks and potential for social capital development*). From sustainability and social justice perspectives, organic food producers have found a bifurcation between conventional growth and maintenance of family farms. The latter are driven to alternative food networks that embrace a broad variety of formats. This article questions how these formats can favor social capital development. Based on a systematic review, 45 articles sustain the existence of a taxonomy of five different types of networks: own production; basket schemes; direct sales; community supported agriculture and; solidarity purchase groups. The reflection regarding expected density and links in each type of network, based on the observed examples, indicate greater potential in groups formed by consumers, followed by those started by producers, basket schemes and, finally, production for self-consumption. This can be a significant contribution to policies aimed to boost responsible consumption and family farm development.

Keywords: organic agriculture, alternative food networks, rural development, food retail.

Recebido em agosto de 2017.

Aceito em fevereiro de 2018.